دور الموضة في تشكيل الهوية الاجتماعية
منظور نفسي اجتماعي

م.د. وليد حميد مزهر

جامعة القادسية/ كلية الآداب/ قسم علم الاجتماع

Waleed.hameed.mzher.@qu.edu.iq

تاريخ استلام البحث : ٢٠٢٥/١٠/٥

تاريخ قبول البحث : ٢٠٢٥/١٠/٢٩

الملخص

سعى البحث للتعرف على دور الموضة في تشكيل الهوية الاجتماعية للأفراد، تحديد الأبعاد الاجتماعية والنفسية للموضة باعتبارها وسيلة للتعبير عن الذات والانتماء الجماعي، واستعان الباحث بمنهج البحث الاجتماعي وتكونت عينة الدراسة من (٢٠٠) مفردة من الشباب والشابات في مدينة الديوانية وكان من ابرز نتائج الدراسة أن الهوية الاجتماعية يمكن إعادة تشكيلها من خلال المظهر في حين أن الموضة قد تكون أداةً للتفرد، الا أنها تؤدي أيضاً دوراً هاماً في الهوية الاجتماعية فالأفراد يستمدون جزءًا من مفهومهم عن ذواتهم من انتمائهم الى جماعات اجتماعية .

الكلمات المفتاحية : الموضة ، الهوية ، الهوية الاجتماعية

The Role of Fashion in Shaping Social Identity

A Social Psychological Perspective

Lec.Dr. waleed hameed mzher
University of Al. Qadisyah/College of Arts
Waleed.hameed.mzher.@qu.edu.iq

Date received: 5/10/2025
Acceptance date: 29/10/2025

Abstract

The study aimed to explore the role of fashion in shaping individuals' social identity, and to identify the social and psychological dimensions of fashion as a means of self-expression and group belonging. The researcher employed the social research method, and the study sample consisted of 200 young men and women from the city of Diwaniyah. One of the most prominent findings of the study is that social identity can be reshaped through appearance. While fashion may serve as a tool for individuality, it also plays a significant role in shaping social identity and fostering group affiliation. Individuals derive part of their self-concept from their in social groups.

Keywords: fashion, identity, social identity

مقدمة

تعد الموضة اليوم من أكثر الظواهر الاجتماعية حضوراً وتأثيراً في حياة الأفراد، فهي تتجاوز كونها مجرد تعبير عن الذوق الشخصي أو الأناقة لتصبح أداة فاعلة في التعبير عن الذات، والانتماء، والمكانة الاجتماعية الموضة جزءٌ لا يتجزأ من الثقافة الإنسانية، تُشكل الهويات، وتؤثر على التصورات، وتعكس قيم المجتمع وديناميكياته. إنها قوة ديناميكية تتطور باستمرار وتتكيف مع العالم المتغير باستمرار. إن فهم كيفية تأثير الموضة على المجتمع لا يقتصر على استكشاف الملابس فحسب، بل يشمل أيضًا دراسةً أعمق للتجربة الإنسانية نفسها. ومع تطور الموضة، يتطور تأثيرها على العالم من حولنا.

المحور الاول : الاطار النظري للبحث

اولا : عناصر البحث الرئيسة

١- مشكلة البحث

تعد الموضة من أبرز الرموز الاجتماعية التي تجسد هوية الأفراد والمجموعات، إذ تؤدي دوراً رئيساً في التعبير عن الانتماء والتقارب مع من يشتركون في أنماط التفكير أو القيم ذاتها، فالموضة لم تعود خياراً شخصياً بل أصبحت وسيلة لإرسال رسائل رمزية صامتة تعكس الانتماء أو الاختلاف، بل وحتى التمرد على السائد اجتماعياً ، وفي ظل التحولات العالمية المتسارعة وخصوصاً تلك الناجمة عن العولمة والتطور التكنولوجي وانتشار وسائل الإعلام الرقمية، شهدت أنماط الموضة تغيرات جذرية فلم تعد مقتصرة على النخب أو الطبقات العليا، بل أصبحت ظاهرة جماهيرية يتفاعل معها الأفراد من مختلف الفئات، وتتداول عبر وسائل التواصل الاجتماعي بوتيرة سريعة وعابرة للحدود، وقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل مفهوم الهوية الاجتماعية، التي لم تعد تبنى فقط على مقومات تقليدية مثل الدين أو العائلة أو الطبقة، بل أصبحت تتخذ طابعاً أكثر ديناميكية، تبرز الإشكالية البحثية لهذا العمل، والتي تتمثل في فهم طبيعة العلاقة المركبة بين الموضة والهوية الاجتماعية، وتحليل الكيفية التي تتحول بها الموضة إلى أداة فاعلة في تشكيل الهويات الفردية والجماعية في المجتمعات المعاصرة، وينطلق هذا البحث من التساؤل الرئيس التالي: كيف تتحول الموضة إلى عنصر فاعل في تشكيل الهوية الاجتماعية؟ وما النتائج الاجتماعية والثقافية المترتبة على هذا التحول على مستوى الفرد والمجتمع؟

٢- اهمية البحث

تعد الموضة ليست مجرد مظهر بل وسيلة لإظهار الانتماء الاجتماعي والثقافي والطبقي ، وتمثل أداة تأكيد او مقاومة لهيمنة ثقافية معينة ، ان دراسة الموضة من منظور نفسي واجتماعي تكشف عن آليات دقيقة

يعمل من خلالها المجتمع في تشكيل الهوية الاجتماعية للأفراد واعادة انتاج رموزه وتوجيه ممارساته اليومية، ومن هنا تبرز أهمية هذا البحث كخطوة في اتجاه قراءة الظواهر الاجتماعية البسيطة في ظاهرها ولكن معقدة في جوهرها .

٣- اهداف البحث

- **تحليل دور الموضة في تشكيل الهوية الاجتماعية** للأفراد داخل المجتمع.
- تحديد الأبعاد الاجتماعية والنفسية للموضة باعتبارها وسيلة للتعبير عن الذات والانتماء الجماعي.
- **معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي** في التأثير على الذوق العام وتشكيل الهوية الاجتماعية
- فهم تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية والثقافية في تشكيل اختيارات الموضة لدى الأفراد.

ثانياً : تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية

١- الموضة Fashion

جاء في قاموس (وبستر) ان كلمة المودة تعني لغوياً الاستعمال الدارج والمقبول لأي شيء وفي وقت معين، ان الكلمة الإنكليزية (Fashion) منحدرة من اصل لاتيني معناه صنع أي شيء (Facio (and facera [١] .

ويمكن تعرف الموضة بأنها عناصر أو أنماط سلوكية لا منطقية وانتقالية تعاود الظهور في المجتمعات التي توجد بها رموز مستقرة للمكانة في الوقت الذي يسعى أعضاؤها للحصول على اعتراف بمكانتهم والتعبير عن ذواتهم من خلال الميل إلى محاكاة الصفوة ، وهذا التقليد يمثل قوة التعبير عن الاذواق الجماعية ، مما يؤثر بدوره في إحداث تغيرات أساسية في الحياة الذاتية للأفراد وفي نظامهم المعياري [٢] .

وعرفها سابير (Sapir) بأنها صورة من صور التخلي المؤقت العابر عن التقليد الاجتماعي وهي تتسم بالإلزام والاكراه، كما انها تشجع حاجتين متعارضتين ، الحاجة الى الجديد في خدمة التماسك الاجتماعي في نسق واحد ، والحاجة الثانية تمكين الفرد من ان يضمن رغبته في الانسجام مع المجتمع ونزوعه الى التجديد والتميز في نفس الوقت ، والذوق لا يظهر الا على شكل صراع بين الموضة الموجودة والموضة المتبعة من قبل جماعة أخرى [٣].

والموضة هي الممارسات الجديدة التي تتقبلها الجماعة وتنتشر بين كثير من الافراد والموضات عادة لا تتصف بالدوام والاستقرار فهي في الغالب قصيرة الاجل وسريعة الزوال وبعد فناءها تتلوها موضات أخرى[٤] ،

كما تعرف الموضة بأنها التغيرات الدورية أو المؤقتة في أساليب اللباس والمظهر العام، التي تنتشر بين فئة أو مجتمع معين، نتيجة للتأثر بالعوامل الثقافية والاجتماعية والاعلامية والاقتصادية[٥] .

ان مصطلح الموضة لا ينطبق على الملابس والازياء والإكسسوار، فحسب ولكنه يستخدم في الإشارة الى نشاط متكرر يشبع اهتمامات عدد كبير الافراد في المجتمع ، فالموضة ظاهرة اجتماعية تحمل ابعاداً نفسية وثقافية على الافراد .

٢- الهوية الاجتماعية Social identity

الهوية هي عملية تمييز الفرد لنفسه عن غيره أي تحديد حالته الشخصية ومن السمات التي تميز الافراد عن بعضهم هي الاسم والسن والجنسية والحالة العائلية والمهنة وغيرها [٦] .

ويعرف انتوني غدنز الهوية الاجتماعية بأنها مجموعة الخصائص التي يعزوها الآخرون إلى فرد ما . وكثيراً ما تقوم هذه الصفات على أساس الفئة الاجتماعية التي ينتسب إليها الفرد في نظر الجماعة مثل كونه ذكراً أو آسيوياً أو مسلماً أو كاثوليكياً ، كما أنها تحدد المعالم التي يتشابه فيها هذا الفرد مع الآخرين [٧] .

وتعرف الهوية الاجتماعية ايضاً على انها مجموعة من المعايير التي تسمح بتعريف فرد ما او جماعة ما على نحو اجتماعي ، وهي بالتالي المعايير التي تسمح للفرد بأستحواذ وضعيته الخاصة في اطار مجتمعه، وبعبارة أخرى تعني الهوية الاجتماعية السمات والخصائص التي تضفي على الفرد من قبل عدد كبير من الافراد والجماعات الأخرى في المجتمع [٨] .

كما تعرف بأنها جزء من مفهوم الذات لدى الفرد يشتق من معرفته بعضويته في الجماعة واكتسابه المعاني الوجدانية والقيمية المتعلقة بهذه العضوية [٩] .

ثالثاً: النظرية المفسرة للبحث

نظرية الهوية الاجتماعية

طور هنري تاجفيل نظرية الهوية الاجتماعية عام ١٩٧٤، وتشير الى ان الأفراد يميلون الى تصنيف أنفسهم والآخرين لفهم العالم من حولهم بشكل أفضل، وتعد الجماعات الاجتماعية التي تتكون من شخصين أو أكثر يعرفون أنفسهم كأعضاء في الجماعة ويتشاركون هوية اجتماعية مشتركة مرجعا مهماً لهذا التصنيف وتشير الهوية الاجتماعية الى تماهي الفرد مع جماعة اجتماعية، وتتضمن ثلاثة مكونات : هي المعرفي والتقييمي والعاطفي، عندما يتماهى الفرد مع جماعة فإنه يتبنى الهوية الاجتماعية المرتبطة بها ويميز نفسه عن

الآخرين من خلال هذا التصنيف يدفع دافعان رئيسيان الأفراد إلى التماهي مع الجماعات هما الرغبة في التشابه والرغبة في التميز[١٠] .

وتنطلق نظرية الهوية الاجتماعية من تساؤل رئيسي هو هل يتضمن سلوك الجماعات عمليات اجتماعية أم سيكولوجية؟ وهل إن هذا السلوك مختلف عن الخصائص الفردية التي يتميز بها الأفراد؟ وهل الجماعة موجودة في خيالنا أم إنها واقع حقيقي؟ وهل الجماعة حقيقة واقعة بالطريقة الحية الملموسة نفسها التي يكون بها الأفراد واقعيين وحقيقيين؟

ويرى كل من هنري تاجفيل وجون تيرنر اننا نستخدم الهوية الاجتماعية في الاشياء التالية[١١] :

١. تصنيف الناس الى مجموعات بالاعتماد على اعتقاد مشترك او صفة محددة او تجربة معينة .
٢. الانتساب الى جماعة معينة نراها مطابقة لنا .
٣. المقارنة بين المجموعات التي تنتمي اليها مع المجموعات الأخرى والاعتقاد بأفضلية المجموعات التي تنتمي لها.

تبين نظرية الهوية الاجتماعية ان الأفراد يشكلون هوياتهم الاجتماعية عن طريق انتمائهم الى جماعات معينة، وتعد الموضة أداة قوية في هذا السياق، لأنها تساهم في بناء هذه الهويات وتغييرها وتعكس التفاعلات الاجتماعية والثقافية، وفي عصر الانفتاح الرقمي اصبحت الموضة تشكل مسرحاً لتفاعل متنوع بين الهوية الفردية والهوية الجماعية وبين المحلي والعالمي وبين التقليدي والمعاص، لذا فإن الموضة من منظور نظرية الهوية الاجتماعية تكشف عن أبعادها النفسية والاجتماعية ، وتبرز دورها المحوري في تشكيل هوية الإنسان المعاصر، وفي عصر العولمة الرقمية أصبحت الموضة أكثر تداخلاً بين الثقافات، مما أثر بشكل مباشر على الهويات الاجتماعية، فالهوية اليوم لم تعد محصورة في الإطار المحلي، بل تبنى عبر تفاعلات مع أنماط عالمية وكونية يمكن للفرد أن يتبنى أسلوباً اجنبياً، حتى لو لم يكن ينتمي إلى تلك الثقافات في محاولة لتشكيل هوية عالمية هجينة.

المحور الثاني : نشأة الموضة وتطورها تاريخياً

ان العلاقة بين الانسان والازياء علاقة قديمة منذ ظهور الانسان على الأرض وقد عاشت الازياء في الحضارات القديمة بين التأثر والاقتباس من بعضها البعض وتطورت تدريجياً، إن عنصراً جديداً قد دخل على الملابس ونعني به عصر الأناقة . فأصبح أ نيقة وجميلة وتدل على ذوق ويرجع حب التأنق في الإنسان الى رغبته الفطرية في الحصول على إعجاب الأخرين لأن هذا يساعد على تعاطف الناس . وإن الاناقة تتيح لصاحبها نوعاً ما من التفوق والامتياز وهذا يرضي غرائز حب التطور والسيطرة وتدل الأثار القديمة على إن

الانسان حتى في مرحلة الوحشية كان يميل إلى الاناقة فعندما كان نصف جسمهُ عارياً كان يزينهُ بأنواع الوشم ويتفنن بها ، كما أستخدم الحُلي المختلفة وكان لابد أن يتطور هذا إلى ما نراهُ اليوم من أنواع الاقمشة والألوان والأزياء ، ومختلف وسائل التزيين والحُلي وأن كل حضارة كلن لها أزياء تلائم ثقافة الناس وعاداتهم وتقاليدهم وأذواقهم مع البيئة والمناخ [١٢].

يخبرنا الباحثون الذين توافروا على دراسة التراث الاجتماعي للشعوب القديمة كالفراعنة والآشوريين والسومريين والبابليين والأكديين واليونان والفرس والرومان وغيرهم أن البلاط الملكي والمعبد وحاشية الملك وبطانته كانت من المصادر الأولى للمودات في اللباس والتزيين والزركشة والزخرفة ومختلف الأدوات الأخرى والهندسة وما شاكل ، وان الاحتكاك الحضاري كان قد لعب دوراً كبيراً في تغير المودة في هذه الوجوه كلها ، وان بعض الملوك والمتنفذين كانوا يستجلبون الفنانين في هذه الميادين ويشجعونهم ويغدقون عليهم الأموال الطائلة [١٣] .

ولقد كان للمواد التي تصنع منها هذه الملابس وللالوان التي تلونها معاني خاصة عند تلك الشعوب ، فقد كانت الملابس البيضاء المصنوعة من الكتان هي ما يتميز به رجال الدين الكبار مثلاً في الاحتفالات الدينية عند الاشوريين . ولقد كان يصحب انتاج هذه الملابس غناء شعبي خاص وطقوس وشعائر ، تدور حول الملابس اساطير وخرافات ومعتقدات تميزت بها تلك الشعوب والحضارات . وهكذا اعتبر الكتان رمز الطهارة والنقاء الروحي في حضارات قديمة ومتعددة [١٤] .

وكانت الموضة انطلقت الى اوروبا كلها في عصر التنوير خارجة من باريس وكانت تسير بها الى كل الانحاء عرائس المانيكان او عرائس العرض التي صنعت في وقت مبكر جداً وأصبحت عرائس الموضة تحكم بلا منازع ، وكانت الموضة في هذا العصر لها مدلولات عديدة وكانت تصدر في كثير من امرها عن رغبة المتميزين في التميز آيا كان الثمن والتميز عن جماعة المنافسين الذين يتبعونهم ، وفي إقامة حاجز فاصل بينهم وبين هذه الجماعة التابعة ويسعد على ذلك على ما ذهب اليه رجل من صقلية مر بباريس عام ١٧١٤ فرأى فيها ما جعله يقول " ليس هناك شيء يجعل الانسان يمقت الثياب المذهبة التي يلبسها الوجهاء اكثر من رؤيتها على ابدان أناس من احط الطبقات" لابد عندئذ عندما يلبس العامة الثياب التي يلبسها الخاصة ، ان يبتكر المبتكرون ملابس جديدة [١٥] .

لم تظهر الموضة في كل العصور وكل الحضارات، فقد فرضت الموضة نفسها كبداية مميزة في مسيرة التاريخ ، وفي مقابل عالميتها المزعومة العابرة للتاريخ وفي مقابل الفكرة القائلة بأن الموضة هي ظاهرة ملازمة

للحياة الانسانية – الاجتماعية ، نؤكد كونها سيرورة استثنائية ، لا تنفصل عن ميلاد العالم الغربي الحديث وتطوره وقد انسابت الحياة الاجتماعية لقرون عديدة بلا تقديس للفنتازيا أو الابتكارات وبلا تذبذب أو وقتية زائلة للموضة [١٦] .

المحور الثالث : اجراءات البحث الميدانية

١- **منهج البحث وادوات جمع البيانات** :اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي بالعينة ، ويعد هذا المنهج محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة ، وهو ينصب على الموقف [١٧] ، اما ادوات جمع البيانات فقد استعان الباحث بأداة الاستبانة كأداة رئيسية ، اذ تم تصميم استمارة مكونة من (٢٦) سؤال في محاولة لتغطية موضوع البحث .

٢- **عينة البحث** : تكونت عينة الدراسة من عينة عشوائية بلغت (٢٠٠) من الشباب في مدينة الديوانية وتوزعت بين أربعة احياء متفاوتة من الناحية الاقتصادية .

٣- **الصدق والثبات** : لقياس صدق الاستبانة عرضت الاستبانة على مجموعة من الخبراء ، ولقياس ثبات الاستبانة قام الباحث بتوزيع الاستبانة على مجموعة من المبحوثين وإعادة الاختبار بعد عشرة أيام وكانت نسبة الثبات وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان (٠,٧١) وهي نسبة مرتفعة .

٤- **مجالات البحث**

أ- **المجال المكاني** : تمثل المجال المكاني في مركز مدينة الديوانية وتحديداً احياء (حي العروبة وحي المدراء وحي النهضة وحي الصدر).

ب- **المجال البشري** : تمثل المجال البشري للبحث بشباب مركز مدينة الديوانية

ج- **المجال الزمني** : امتد المجال الزمني للبحث من (٢٠٢٥/٨/١) لغاية (٢٠٢٥/٩/٢٠) .

المحور الرابع : عرض البيانات الاولية

البيانات الاولية	المتغيرات	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	١٣١	%٦٦
	انثى	٦٩	%٣٤
العمر	١٨-٢٢	٦٧	%٣٤
	٢٣-٢٧	٩٦	%٤٨
	٢٨-٣٣	٣٧	%١٨
التحصيل الدراسي	ثانوية	٨٦	%٤٣
	بكالوريوس	١١٢	%٥٦
	شهادة عليا	٢	%١
الحالة الاجتماعية	اعزب	١١٤	%٥٧
	متزوج	٨٤	%٤٢
	مطلق	٢	%١
	ارمل	٠	%٠
الحالة الاقتصادية	جيدة	٨١	%٤٠
	متوسطة	٤٦	%٢٣
	ضعيفة	٧٣	%٣٧

بلغت اعلى نسبة في عينة البحث للذكور وبنسبة (٦٦%) ، وجاءت اولاً الفئة (٢٣-٢٧) وبنسبة (٤٨%) ، اما التحصيل الدراسي فجاء اولاً حملة شهادة البكالوريوس وبنسبة (٥٦%) ، وبلغت نسبة العازبين (٥٧%) من عينة البحث ، اما بالنسبة للحالة الاقتصادية فأن (٤٠%) من المبحوثين اكدوا بأن حالتهم الاقتصادية جيدة، تقاربها نسبة المبحوثين الذين حالتهم الاقتصادية ضعيفة بنسبة (٣٧٥) ، ويرى الباحث ان عينة البحث ممثلة تمثيلاً جيداً لمجتمع البحث بسبب تنوعها ، وهذا ينعكس على مدى موضوعية ودقة النتائج التي يمكن ان يصل اليها البحث .

المحور الخامس : الاهتمام بالموضة

العبارات		البدائل			الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		اتفق	محايد	لا اتفق		
أشعر بالثقة عندما أرتدي ملابس عصرية	ت	١٦٢	١١	٢٧	١,٣٢	٠,٧٠
	%	%٨١	%٥	%١٤		
أعتقد أن مظهري يؤثر في كيفية معاملة الآخرين لي	ت	١٢٨	٤٩	٢٣	١,٤٧	٠,٦٩
	%	%٦٤	%٢٥	%١١		
أقلد بعض المشاهير أو المؤثرين في ملبسي	ت	١١١	٧٤	١٥	١,٥٢	٠,٦٣
	%	%٥٦	%٣٧	%٧		
الموضة أداة للتفرد والتميّز بالنسبة لي	ت	١٣٤	٥٧	٩	١,٣٧	٠,٥٧
	%	%٦٧	%٢٨	%٥		
أهتم بعلامات الأزياء الفاخرة	ت	٨٠	٤٣	٧٧	١,٩٨	٠,٨٨
	%	%٤٠	%٢٢	%٣٨		

– اظهرت نتائج الاجابة الأولى ان (٨١%) من المبحوثين يشعرون بالثقة عند ارتدائهم لملابس عصرية اذ لا تقتصر الموضة على المظهر فحسب بل انها تشكل كيفية تفاعل الافراد مع الاخرين ، فالمظهر له تأثيرات نفسية على الافراد وأداة فعالة لتعزيز الثقة بالنفس، فهي ليست مجرد وسيلة ممتعة لتجربة أنماط وأشكال وألوان مختلفة، ومن ملامح تأثير الموضة على الثقة بالنفس انها تكون في بعض الأحيان وسيلة ليجد الفرد ذاته ويستقر على النموذج او الهيئة التي يجد من خلالها التعبير الأمثل عن ذاته ، الا ان هناك جانب اخر للموضة يؤثر تأثيراً سلبياً على الافراد ، وقد أصبحت الموضة وسيلة للتمكين وتعزيز الشخصية ورسم ملامحها وخاصة عند النساء.

– اظهرت نتائج الإجابة الثانية ان (٦٤%) من المبحوثين يعتقدون أن المظهر يؤثر في كيفية معاملة الآخرين لهم ، لأنه ثمة علاقة بين المظهر الخارجي وطريقة تعامل الاخرين فكلما كان مظهر الإنسان أكثر جاذبية ، تهافتت عليه عبارات الإعجاب والترحيب، ويشعر الفرد بقدرته في التأثير على الاخرين، وأن هناك مساحة أكبر خلقت للتعامل معهم وتوطيد علاقته بهم، لا سيما أن غالبية الناس تجعل من المظهر وسيلة للحكم على الآخرين، فالأشخاص الذين يظهرون بمظهر أنيق ونظيف ينظر إليهم على انهم أكثر جدارة بالثقة او احتراماً ،

ولا يقتصر المظهر على اللباس فقط بل يشمل لغة الجسد وطريقة التعامل مع الاخرين ، فالأفراد يحكمون على الاخرين بناءاً على الإشارات غير المنطوقة بما في ذلك المظهر الخارجي .

– اظهرت نتائج الإجابة الثالثة ان (٥٦%) من المبحوثين يقلدون بعض المشاهير أو المؤثرين في اختيار ملابسهم، يعد تقليد المشاهير في اختيار الأزياء ظاهرة بارزة في المجتمعات الحديثة، اذ يتأثر الكثير من الناس وخاصة فئة الشباب بأسلوب اللباس الذي يظهر به المطربون والفنانون، ولاعبو الرياضة، والمؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يلجأ البعض الى تقليد المشاهير بوصفها طريقة لتعويض شعورهم بالنقص وعدم الرضى عن انفسهم فقد يشعرون بأنهم غير جذابين ويعتقدون ان تقليد المشاهير يساعدهم على إيجاد هويتهم الخاصة ، كما يسعى الكثيرون الى تقليد المشاهير ليشعروا بأنهم جزء من فئة مرموقة أو عصرية .

– اظهرت نتائج الإجابة الرابعة ان (٥٦%) من المبحوثين يعتبرون الموضة أداة للتفرد والتميز ، تدفع الرغبة بالتميز الكثير من الافراد الى البحث عن أزياء فريدة ، لان الفرد من خلال الموضة يصبح متميزاً وهذا التميز ينمي شعوراً فريداً بذاته وبالتالي تكون الملابس وسيلة ملموسة لتحقيق هذا التمايز، تتيح الازياء الفريدة والمميزة على وجه الخصوص، مساحة للتعبير عن الذات لدى الافراد فهي تمكنهم من تمييز أنفسهم عن الآخرين والتعبير عن سماتهم ومعتقداتهم واهتماماتهم .

– اظهرت نتائج الإجابة الخامسة ان (٤٠%) من المبحوثين يؤكدون اهتمامهم بعلامات الأزياء الفاخرة الا اننا نلاحظ ان (٣٨%) لا يتفقون مع هذا الرأي ، ويرى الباحث ان للعامل الاقتصادي دور مهم في هذا التقارب بين إجابات المبحوثين، فالأفراد الذين وضعهم الاقتصادي جيد يكون شغفهم تجاه الموضة الفاخرة والباهظة الثمن كعلامة للتميز والتباهي ، اما الافراد الذين وضعهم الاقتصادي متوسط او غير جيد فأنهم يلجأون الى بدائل اقل قيمة وتكلفة لمواكبة الموضة .

المحور السادس: البعد النفسي للموضة

العبارات		البدائل			الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		اتفق	محايد	لا اتفق		
الموضة وسيلة للتعبير عن حالتي النفسية	ت	٩٩	٤٧	٥٤	١,٧٧	٠,٤٨
	%	٥٠%	٢٣%	٢٧%		
أشتري الملابس لمجرد الشعور بالرضا النفسي	ت	٩١	١٦	٩٣	٢,٠١	٠,٩٦
	%	٤٥%	٨%	٤٧%		

أُفضل الملابس التي تعبر عن قوتي أو استقلاليتي	ت	١٣٢	٥١	١٧	١,٤٢	٠,٦٤
	%	%٦٦	%٢٥	%٩		
أستخدم الموضة كأداة للتعبير عن الحرية	ت	١١٣	٧١	١٦	١,٥١	٠,٦٤
	%	%٥٧	%٣٥	%٨		
أشعر بالقلق إذا لم أواكب الموضة	ت	١١٨	١٢	٧٠	١,٧٦	٠,٩٤
	%	%٥٩	%٦	%٣٥		

– اظهرت نتائج الإجابة الاولى ان (٥٠%) من المبحوثين يتفقون بكون الموضة وسيلة للتعبير عن الحالة النفسية للفرد ترتكز الموضة على رغبتنا في التغيير والاختلاف والتميز عن الآخرين فعندما يبدو الافراد بمظهر افضل فانهم يكتسبون ثقة اكبر، كما الألوان التي يختارها الفرد على مزاجه فمن المعروف أن الألوان المبهجة أو الزاهية تعزز الطاقة، بينما تضفي الألوان الداكنة شعوراً بالاسترخاء وراحة البال، وثمة علاقة وطيدة بين المظهر الخارجي والحالة النفسية، اذ يمكن تحليل الدوافع النفسية وراء أنماط اللباس وربطها بتقلبات المزاج أو الشخصية .

– اظهرت نتائج الإجابة الثانية تقارباً بين إجابات المبحوثين بين الاتفاق (٤٥%) وعدم الاتفاق (٤٧%) وكما اسلفنا سابقاً عن للعامل الاقتصادي لدى الافراد دوراً مهماً في مواكبة الموضة واقتناء الملابس والاكسسوارات والفارق يكمن في الالية التي يتم بها مواكبة الموضة فالميسورين وأصحاب الدخول العالية يقتنون حاجاتهم من الماركات الثمينة والفارهة لاشباع رغباتهم الذاتية والنفسية وهو تمثل لديهم نوع من أنواع الترف والبذخ والتباهي ، والبعض الاخر يجاري الموضة بحسب إمكاناته الاقتصادية والمتيسرة وهذا النوع يكون اكثر عقلانية في التعامل مع الموضة عكس النوع الأول الذي يكون مهوس في تعامله مع الموضة .

– اظهرت نتائج الإجابة الثالثة ان (٦٦%) من المبحوثين يفضلون الملابس التي تعبر عن قوتهم واستقلاليتهم ، اذ يلجأ بعض الافراد الى الازياء التي تلفت النظر والتي تحمل علامات تجارية مشهورة وتستخدم كرمز لإظهار القوة الاقتصادية أو المكانة الاجتماعية، فالملابس المهنية درعاً رمزياً فعندما يكرس الأفراد وقتهم لارتداء ملابس تتماشى مع توقعات الأماكن التي يرتادونها، فإنهم لا يلتزمون بقواعد اللباس فحسب، بل يجسدون دور اجتماعي يرتبط بالمكانة الاجتماعية، وبذلك يصبح ارتداء الملابس المهنية طقساً من طقوس التمكين يشير إلى الآخرين بالاستعداد لمواجهة تحديات .

– اظهرت نتائج الإجابة الرابعة ان (٥٧%) من المبحوثين يرون ان الموضة يمكن ان تكون أداة للتعبير عن الحرية ، ان العلاقة بين الموضة وحرية التعبير متعددة الجوانب يمكن استخدامها كوسيلة للتواصل، الموضة مسألة ذاتية وتتيح للأفراد التعبير عن هويتهم وشخصياتهم ومشاعرهم. كما أنها مرآة للمجتمع، وتسهم في ترسيخ مبادئ الديمقراطية وتعزيز التواصل المجتمعي، واستخدم الناس الموضة للتعبير عن تمردهم على قواعد المجتمع فقد وفّرت لهم الموضة هوية جماعية وأبرزت لهم آفاقاً جديدة وخير مثال على ذلك دور الموضة في الحركات الاجتماعية .

– اظهرت نتائج الإجابة الخامسة ان (٥٩%) من المبحوثين ، في ظل العصر الرقمي الحالي أصبح القلق من عدم مواكبة الموضة ظاهرة متزايدة، خاصة مع الدور البارز الذي تلعبه منصات التواصل الاجتماعي في تسهيل المقارنة المستمرة مع الآخرين، هذا الواقع يعزز ما يعرف بقلق المكانة وهو شعور نابع من الخوف من أن يُنظر الى الفرد على انه اقل شأنًا أو غير ملائم اجتماعياً، وغالباً ما يدفع هذا القلق الأفراد الى الانخراط في **الاستهلاك المظهري**، وهو سلوك يتمثل في شراء وعرض السلع والخدمات الفاخرة بهدف إظهار مكانة اجتماعية مرتفعة بدلاً من تلبية حاجات حقيقية .

المحور السابع : البعد الاجتماعي للموضة

العبارات		البدائل			الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		اتفق	محايد	لا اتفق		
مظهري يعكس انتمائي الطبقي أو الثقافي	ت	١٧٨	٨	١٤	١,٩٧	٠,٨٣
	%	%٨٩	%٤	%٧		
أن مظهر الأشخاص على وسائل التواصل يعكس واقعهم الحقيقي	ت	٥٦	٣٧	١٠٧	١,٧٤	٠,٨٦
	%	%٢٨	%١٩	%٥٣		
اثرت مواقع التواصل الاجتماعي كثيراً في انتشار الموضة	ت	١٨٨	٩	٣	١,١٥	٠,٤٧
	%	%٩٤	%٥	%١		
ألاحظ تأثير الموضة في القيم الاجتماعية	ت	١٥٥	٣٤	١١	١,٢٨	٠,٥٥
	%	%٧٧	%١٧	%٦		
الموضة أداة لبناء علاقات اجتماعية جديدة	ت	١٢١	٣٢	٤٧	١,٦٣	٠,٨٤
	%	%٦١	%١٦	%٢٣		

– اظهرت نتائج الإجابة الأولى ان (٨٩%) من المبحوثين، يعتقدون ان مظهرهم يعكس انتمائهم الطبقي او الثقافي، لقد أصبح إظهار الثروة والانتماء الى طبقة اجتماعية أعلى من خلال اختيار الملابس والمظهر الخارجي وسيلة فعالة لتحديد الانتماء الطبقي للأفراد، ومع سهولة استخدام الملبس كرمز مرئي للاختلاف الاجتماعي تحول إلى أداة بارزة في تكريس الفوارق الطبقية بل وأصبح يستخدم أحياناً كسلاح ضمن الصراع الطبقي، فلم تعد الموضة مجرد تعبير عن الذوق الشخصي، بل أصبحت مؤشراً دقيقاً على الوضع الاقتصادي والانتماء الثقافي والمعايير الأخلاقية التي يتبناها الفرد، مما يجعلها أداة ذات تأثير قوي في بناء العلاقات الاجتماعية وإبراز الفروقات بين الطبقات الاجتماعية .

– اظهرت نتائج الإجابة الثانية ان (٥٣%) من المبحوثين اجابوا بـ(لا اتفق) على أن مظهر الأشخاص على وسائل التواصل يعكس واقعهم الحقيقي ، فغالباً ما يسعى الفرد الى تجميل نفسه في مواقع التواصل الاجتماعي والظهور بالمظهر المثالي والمتكامل وخاصة فيما يتعلق بالموضة واقتناء الحاجات وهذا ربما لا يكون تناقضاً او ان يتقمص الفرد شخصيتين مختلفتين، وانما هي رغبة الفرد في الوصول الى الشخصية التي يتمناها لذا فهو يعيشها في المجتمع الافتراضي وغالباً ما تفتقد الشخصية الافتراضية الى المشاعر الحقيقية والصادقة .

– اظهرت نتائج الإجابة الثالثة ان (٩٤%) من المبحوثين اتفقوا على ان مواقع التواصل الاجتماعي اثرت كثيراً في انتشار الموضة بصورة كبيرة عن السابق ، اذ تعد التكنولوجيا من أبرز الجهات الفاعلة في ابتكار وتحديد الموضات، فمن خلال توفير منصات رقمية للمستخدمين لمشاركة إطلالاتهم والازياء التي يرتدونها سهلت وسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين الآخرين العثور على منتجات مماثلة وشرائها وهذا أتاح للعلامات التجارية طريقة جديدة للوصول إلى عملائها والتفاعل معهم وظهور ما يعرف بالموضة السريعة ففي السابق كانت دور الازاء هي الوحيدة المختصة بعرض الموضات وبصورة موسمية ، اما بعد ظهور الثورة الرقمية اصبحت هناك عدة جهات فاعلة في التأثير بالموضة ليس في النوع فحسب بل بالوقت في ظهور موضات جديدة .

– اظهرت نتائج الإجابة الرابعة ان (٧٧%) من المبحوثين يرون ان الموضة تؤثر في القيم الاجتماعية للأفراد، حيث تعد الموضة واحدة من أكثر الظواهر تأثيراً في حياتنا اليومية، فالموضة تعكس ثقافات المجتمعات وتطورها وأصبحت الموضة جزءًا لا يتجزأ من الهوية الفردية والجماعية ففي بعض المجتمعات وخاصة المجتمعات المحافظة، قد تؤدي الموضة التي تتبنى أنماطاً جريئة تصادماً مع القيم التقليدية السائدة في المجتمع ، كما يمكن ان تعزز الموضة ثقافة الاستهلاك وتراجع قيم أخرى مثل القناعة والبساطة .

– اظهرت نتائج الإجابة الخامسة ان (٦١%) من المبحوثين، ان الموضة يمكن ان تكون أداة لبناء علاقات اجتماعية جديدة تلعب الموضة دوراً في الديناميكيات الاجتماعية والعلاقات بين الناس، عن طريق التوافق مع معاييرها أو الانحراف عنها، وكثيراً ما يصدر الأشخاص أحكاماً بناءً على مظهر الآخرين ، أي ان اختيارات الملابس تؤثر في كيفية إدراك الأفراد بعضهم للبعض الآخر، وعلى تفاعلهم مع الاخرين، وغالباً ما تكون الموضة مدخلاً للحديث والتعارف، خاصة في البيئات التي تكثر فيها اللقاءات الاجتماعية، مثل الجامعات والمناسبات الاجتماعية وأماكن العمل والفعاليات الثقافية كما أن بعض الجماعات أو الثقافات الفرعية تستخدم أسلوباً معيناً في اللباس كوسيلة لتعزيز الروابط بين أفرادها وبالتالي تُسهم الموضة في خلق نوع من الانسجام والتوافق الاجتماعي والانتماء الجماعي. ومن هذا المنطلق تصبح الموضة وسيلة لبناء جسور التواصل بين الناس وتساعد على توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية بطريقة غير مباشرة ولكن فعالة .

المحور الثامن : الموضة والهوية الاجتماعية

العبارات		البدائل			الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		اتفق	محايد	لا اتفق		
أعتقد أن الهوية الاجتماعية يمكن إعادة تشكيلها من خلال المظهر	ت	١٦٣	١٨	١٩	١,٢٨	٠,٦٢
	%	%٨٢	%٩	%٩		
أستخدم الموضة لمقاومة التهميش أو التنميط الاجتماعي	ت	١١٧	٦١	٢٢	١,٥٢	٠,٦٨
	%	%٥٩	%٣٠	%١١		
اغير أسلوبي في اللباس عندما أشعر بتغير في شخصيتي	ت	١٥٨	٣٤	٨	١,٥٢	٠,٥١
	%	%٧٩	%١٧	%٤		
أرى أن مظهري يعكس قيمي ومعتقداتي	ت	١٦١	٣٤	٥	١,٢٢	٠,٤٧
	%	%٨٠	%١٧	%٣		
أختار ملابسي لتتماشى مع الجماعة التي أنتمي إليها	ت	١٧٨	١٩	٣	١,١٢	٠,٣٧
	%	%٨٩	%١٠	%١		
أتأثر بالموضة الغربية أكثر من المحلية	ت	١٥١	١٢	٣٧	١,٤٣	٠,٧٨
	%	%٧٦	%٦	%١٨		

الموضة وسيلة لبناء الذات في العصر الحديث	ت	١٤٩	٢١	٣٠	١,٤٠	٠,٧٣
	%	%٧٥	%١٠	%١٥		
ارتدى ازاء معينة في الطقوس والاحتفالات	ت	١٨٢	١١	٧	١,١٢	٠,٤٢
	%	%٩١	%٦	%٣		

– اظهرت نتائج الإجابة الاولى ان (٨٢%) من المبحوثين، يعتقدون أن الهوية الاجتماعية يمكن إعادة تشكيلها من خلال المظهر في حين أن الموضة قد تكون أداةً للتفرد، الا أنها تؤدي أيضاً دوراً هاماً في الهوية الاجتماعية والانتماء الجماعي فالأفراد يستمدون جزءًا من مفهومهم عن ذواتهم من انتمائهم الى جماعات اجتماعية، ويمكن أن تستند هذه الجماعات إلى عوامل متنوعة بما في ذلك الاهتمامات والقيم والأساليب المشتركة، وغالباً ما تمون الموضة تعبير عن الهوية الاجتماعية والثقافية اذ يمكن ان تعكس اختيارات الملابس الخلفية العرقية والتراثية للفرد ويمكن لأنماط الالوان والاشكال دلالات ثقافية قوية ، ان الهوية الاجتماعية لا تظل ثابتة بالضرورة بل يمكن اعادة تشكيلها والتعبير عنها من خلال المظهر الخارجي، خاصة في المجتمعات الحديثة التي تمنح الأفراد حرية أوسع في اختيار أساليب لباسهم وتسريحات شعرهم وطريقة تقديم أنفسهم ، وقد يختار شخص ما نمطاً معيناً في اللباس ليعكس انتماءه الى فئة ثقافية او فكرية، او ليعبر عن تغيير في شخصيته او معتقداته، كما ان التغير في المظهر يمكن أن يكون رسالة اجتماعية توحي بالتحول من دور اجتماعي الى اخر.

– اظهرت نتائج الإجابة الثانية ان (٥٩%) من المبحوثين، انه يمكن أستخدم الموضة لمقاومة التهميش أو التنميط الاجتماعي ، منذ العصور القديمة استخدمت الملابس كوسيلة لتمييز الأفراد وفقاً لهوياتهم سواء من حيث المهنة أو الوضع الاجتماعي أو الانتماء القبلي ومع تطور المجتمعات وتغير البنى الثقافية تحولت الموضة إلى وسيلة فعالة للتعبير عن الذات وتحدي الأنماط الاجتماعية التقليدية فمثلًا تختار بعض النساء في بعض مجتمعات المحافظة أنماطاً غير مألوفة من اللباس للتأكيد على استقلاليتهن وكسر الصورة النمطية للمرأة التابعة أو الخاضعة، وفي السياق ذاته يقوم أفراد من الأقليات العرقية أو الدينية بإعادة توظيف رموزهم الثقافية التراثية ضمن أزياء معاصرة بهدف إبراز هويتهم والتمسك بها في مواجهة محاولات الذوبان في ثقافة الأغلبية، كذلك تستخدم الموضة في الأوساط الفقيرة والمهمشة كأداة تعبير عن التحدي والطموح فرغم محدودية الموارد يبدع العديد من الشباب في تطوير أنماط وازياء خاصة تعكس ثقافتهم المحلية وتمنحهم شعوراً بالفخر والانتماء، ولا تقف الموضة عند حدود التعبير الفردي بل يمكن أن تتحول الى وسيلة لبناء هوية جماعية مقاومة فعندما

يعتمد أفراد مجموعة ما أسلوباً مشتركاً في اللباس فإنهم بذلك يؤسسون لخطاب بصري يعزز التضامن ويظهر وحدة الموقف في مواجهة التهميش أو الإقصاء.

– اظهرت نتائج الإجابة الثالثة ان (٧٩%) من المبحوثين، انهم يغيرون أسلوبهم في اللباس عندما أشعر بتغير في شخصياتهم، اذ تعد الملابس وسيلة قوية للتعبير عن هوية وشخصية الافراد، سواء كنت تفضل الأسلوب الكلاسيكي العصري أو التصميمات المخصصة فإن اختيار الملابس التي تناسب مع شخصية الفرد يعزز الثقة بالنفس ويترك انطباعاً إيجابياً لدى الآخرين فالموضة أداة مرنة يستخدمها الأفراد للتعبير عن التغيرات التي تطرأ على هوياتهم الذاتية، فكلما طرأ تحول داخلي في القيم او الاتجاهات او الانتماءات، فأنه غالباً ما ينعكس ذلك في نمط الملبس الذي يستخدم كوسيلة لإعادة تعريف الذات أمام المجتمع ، وتمر شخصية الإنسان بعدة مراحل تحول بعضها ناتج عن تغيرات بايلوجية مثل النضج العمري أو الانتقال الحياة الجامعية ثم الى سوق العمل أو الزواج وفي كل مرحلة من هذه المراحل يعاد تشكيل الهوية الاجتماعية للفرد ، وهذا ينعكس غالباً على اختياراته في اختياراته وتعامله مع الموضة ، ومع تقدم العمر يلجأ الافراد الى أزياء اكثر عقلانية من حيث التصاميم والألوان، فالإنسان يمتلك هويات متعددة داخل المجتمع وهو يعيش في تفاعل مستمر مع هذه الأدوار والهويات وان لكل دور من هذه الأدوار زيه الاجتماعي والذي يلتزم به الفرد والذي يقدمه للأخرين على انه انعكاس لهوية الاجتماعية والشخصية .

– اظهرت نتائج الإجابة الرابعة ان (٨٠%) من المبحوثين يرون ان مظهرهم يعكس قيمهم ومعتقداتهم وتعد الازياء وسيلة للتعبير عن ثقافة الافراد وخلفياتهم الاجتماعية، اذ تشكل قطع الملابس التقليدية المختلفة معنى وتعكس أهميتها الثقافية، وقد كان للعولمة تأثير هائل على صناعة الأزياء والموضات فقد مهدت الطريق للتأثيرات الثقافية العابرة للحدود لتنتقل عبر العالم وتصل إلى بلدان وثقافات أخرى، مؤثرة في الأسواق المحلية ومدمجة الملابس التقليدية مع الموضة وصناعة الأزياء، وهذا لا يتيح للآخرين التعرّف على الثقافات التي تنتمي اليها أنماط معينة فحسب، بل يتيح أيضا لبعض الثقافات الشعور بالاهتمام والاحترام فالموضة تمثل شكلاً إيجابياً من أشكال التعبير الثقافي فلكل مجتمع تقاليد وعادات وأنماط ملابس تعكس تاريخه وتراثه وقيمه بشكل واضح عندما نرتدي ملابس تقليدية أو ندمج عناصر ثقافية في ملابسنا، فإننا نحتفي بالنسيج الغني للتاريخ ونحافظ عليه فالموضة الأفراد من نقل هويتهم الثقافية وتراثهم للعالم .

– اظهرت نتائج الإجابة الخامسة ان (٨٩%) من المبحوثين أنهم يختارون ملابسهم لتتماشى مع الجماعة التي ينتمون إليها ، يمثل الانتماء للجماعة النزعة التي تدفع الشخص للدخول في إطار اجتماعي فكري معين بما يقتضي منه الالتزام بمعاييره وقواعده في مقابل الأطُر الاجتماعية والفكرية الأخرى ، لقد كانت الموضة دائماً

انعكاساً للهوية الاجتماعية الثقافية وقد لعبت دوراً حيوياً في تشكيل المجتمعات وقد تم استخدام أنماط الملابس والألوان والأقمشة للدلالة على مجموعات ثقافية مختلفة وثقافات فرعية وللتمييز بين الطبقات الاجتماعية، يمكن أن يكون أسلوب لباس الناس وسيلة للتعبير عن هويتهم وشعورهم بالانتماء الى جماعة معينة ، كما يمكن أن يشير إلى انتمائهم الى مجتمعات أو فئات اجتماعية محددة تتمتع الموضة بقدرة كبيرة على جمع الناس معاً، وتجاوز الحدود الجغرافية والثقافية ومن خلال الموضة يمكن للأفراد التواصل مع تراثهم الثقافي، فضلاً عن تقدير واحتضان التقاليد المتنوعة للثقافات الأخرى.

– اظهرت نتائج الإجابة السادسة ان (٨٢%) من المبحوثين تأثرهم بالموضة الأجنبية اكثر من المحلية ، اذ يعد المشاهير مؤثرين أقوياء في عالم الموضة، فدعمهم لعلامات تجارية محددة أو ترويجهم لأنماط معينة قد يؤدي فوراً الى انتشار الصيحات بسرعة مما يؤثر بلا شك على سلوك المستهلك مع ازدياد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي أصبح من الأسهل على المشاهير إيصال اختياراتهم في عالم الموضة مباشرة إلى جمهورهم، لقد لت أيام اقتصار الموضة على منصات العرض اذ أصبحت الان متاحة للجميع ويمكن التفاعل معها من خلال الحياة اليومية للمشاهدين .

– اظهرت نتائج الإجابة السابعة ان (٧٥%) من المبحوثين، الموضة وسيلة لبناء الذات في العصر الحديث اذ تُعد الموضة وسيلةً فعّالة للتعبير عن الذات تُستخدم الملابس للتعبير عن الشخصيات والمزاج والتفرد. على سبيل المثال قد ينظر إلى من يرتدي ملابس نابضة بالحياة ومنتقاة على أنه مبدع ومنفتح، بينما قد ينظر إلى من يفضل الملابس الكلاسيكية البسيطة على أنه راقٍ ومتحفظ تعكس خيارات الموضة إحساسنا المتطور بالذات، ويمكن أن تكون وسيلةً فعالة للغاية لتمكين الذات لقد كانت الموضة دائماً أداة قوية للتعبير عن الذات، لكن تأثيرها يتجاوز خيارات الأسلوب الفردي على مر التاريخ، لعبت الموضة دوراً مهماً في ربط الثقافات وتقسيمها. يمكن أن تكون الملابس والإكسسوارات بمثابة رموز للهوية، مما يسمح للأفراد بالتعبير عن تراثهم الثقافي وحالتهم الاجتماعية ومعتقداتهم الشخصية ومع ذلك يمكن للأزياء أيضاً أن تخلق انقسامات بين الثقافات، مما يؤدي إلى إدامة الصور النمطية وتعزيز التسلسل الهرمي الاجتماعي، بالنسبة لتأثير المجتمع فقد تُملي البيئة المنغلقة أو التقليدية معايير المظهر على أفرادها بصورة صارمة مما يؤدي إلى تماثل وتشابه كبير في الموضة السائدة وهذا ما يسمى بالستايل المحلي ، أما في المجتمعات الأكثر انفتاحاً، يصبح هناك فرصة أكبر للتفرد بسبب الحرية الفردية وقلة الأحكام المجتمعية .

– اظهرت نتائج الإجابة الثامنة ان (٩١%) من المبحوثين يؤيدون هذا الرأي، لا تقتصر الموضة على الأسلوب فحسب بل انها أيضاً جزء مهم من الثقافة والطقوس الإنسانية وعلى مر التاريخ تم استخدام الملابس لتمثيل

الوضع الاجتماعي والمعتقدات الدينية والهوية الثقافية، وتؤدي الموضة دوراً حاسماً في الطقوس والاحتفالات لأنها تساعد في تحديد المناسبة ونقل المعنى للمشاركين ، غالباً ما تستخدم الملابس لنقل المعنى الرمزي في الطقوس والاحتفالات ، على سبيل المثال في العديد من الثقافات، يرتبط اللون الأبيض بالنقاء ويتم ارتداؤه في حفلات الزفاف واللون الاسود للمناسبات والطقوس الحزينة.

المحور التاسع : نتائج وتوصيات البحث

اولا : نتائج البحث

١. ان (٨١%) من المبحوثين يشعرون بالثقة عند ارتدائهم لملابس عصرية، اذ لا تقتصر الموضة على المظهر فحسب بل انها تشكل كيفية تفاعل الافراد مع الاخرين، فالمظهر له تأثيرات نفسية على الافراد وأداة فعالة لتعزيز الثقة بالنفس.

٢. ان (٥٠%) من المبحوثين يتفقون بكون الموضة وسيلة للتعبير عن الحالة النفسية للفرد ترتكز الموضة على رغبتنا في التغيير والاختلاف والتميز عن الآخرين فعندما يبدو الافراد بمظهر افضل فانهم يكتسبون ثقة اكبر .

٣. ان (٨٢%) من المبحوثين، يعتقدون أن الهوية الاجتماعية يمكن إعادة تشكيلها من خلال المظهر في حين أن الموضة قد تكون أداةً للتفرد، الا أنها تؤدي أيضاً دوراً هاماً في الهوية الاجتماعية والانتماء الجماعي فالأفراد يستمدون جزءًا من مفهومهم عن ذواتهم من انتمائهم الى جماعات اجتماعية .

٤. ان (٧٥%) من المبحوثين ان الموضة وسيلة لبناء الذات في العصر الحديث اذ تعد الموضة وسيلةً فعّالة للتعبير عن الذات تُستخدم الملابس للتعبير عن الشخصيات والمزاج والتفرد.

٥. ان (٩١%) من المبحوثين يرون ان الموضة جزء مهم من الثقافة والطقوس الإنسانية ، اذ تؤدي الموضة دوراً حاسماً في الطقوس والاحتفالات لأنها تساعد في تحديد المناسبة ونقل المعنى للمشاركين ، غالباً ما تستخدم الملابس لنقل المعنى الرمزي في الطقوس والاحتفالات.

ثانياً : توصيات البحث

١. دعم المبادرات الشبابية التي تسعى لاستخدام الموضة في التعبير الإبداعي والتفرد الإيجابي .
٢. تشجيع الحفاظ على الأزياء التراثية كوسيلة لحفظ الهوية الثقافية ونقلها إلى الأجيال القادمة، مع إتاحة مساحات لدمجها مع الموضة المعاصرة .

٣. تشجيع استخدام الموضة كوسيلة لتمكين الفئات المهمشة أو الأقليات للتعبير عن ذاتهم ومقاومة التنميط الاجتماعي .

قائمة المصادر

١. احمد زايد ، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات ، مجلة عالم المعرفة ، الكويت ، ٢٠٠٦ .
٢. احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، مكتبة التراث الإسلامي ، بيروت ، ١٩٩٢ .
٣. جيل ليبوفستكي ، مملكة الموضة زوال متجدد ، ترجمة ، دين مندور، المركز القومي للترجمة، القاهرة ، ٢٠١٧ .
٤. حاتم الكعبي ، حركات المودة ، مطبعة الديوانية الحديثة ، الديوانية ، ١٩٧١.
٥. خالدة عبد الحسين الربيعي ، تاريخ الازياء وتطورها ، دار اليازودي للنشر والتوزيع، الاردن ، ٢٠١٣ .
٦. سامية حسن سعاتي ، الشباب العربي التغير الاخر ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٣.
٧. فارس رشيد البياتي ، الحاوي في مناهج البحث العلمي ، عمان ، الاردن ، دار السواقي ، ٢٠١٨.
٨. فرنان برودل ، الحضارة المادية والاقتصاد والرأسمالية ، ترجمة ، مصطفى ماهر، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، ٢٠١٣ .
٩. فوزية ذياب ، القيم والعادات الاجتماعية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ١٩٩٨٠ .
١٠. مسعود سعود ، جمال تالي، الهوية الاجتماعية والامتثال الاجتماعي– قراءة سوسيولوجية في المفهوم– ، مجلة المجتمع والرياضة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ،جامعة الشهيد حمه لخظر–الوادي– ، المجلد(٧) ، العدد(٢) ، الجزائر ، ٢٠٢٤ .
١١. مصطفى عيد إبراهيم ، نظرية الهوية الاجتماعية: مفتاح لفهم ديناميكيات صنع السياسات والتأثيرات التنظيمية ، المركز العربي الديمقراطي ، بيروت ، ٢٠٢٥ .
١٢. اليكس مكيشلي ، الهوية ، ترجمة علي اسعد وطفة ، دار الوسيم للطباعة ، بيروت ، ١٩٩٣
13. A , Merrian – Webster , (Fashion) , Webster's Collegiate , Dictionary , Sprinfield : Merrian Co ,1949 .
14. Kawamura, Yuniya. Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. Berg, 2005.
15. Sapir , Edward , Anthroplogie : culture etpersonnalite , ED munit , 1967.

[1] -A , Merrian – Webster , (Fashion) , Webster's Collegiate , Dictionary , Sprinfield : Merrian Co ,1949 , p300.

٢- سامية حسن سعاتي ، الشباب العربي التغير الاخر ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٣، ص٣٧.

3 - Sapir , Edward , Anthroplogie : culture etpersonnalite , ED munit , 1967, p139.

٤- فوزية ذياب ، القيم والعادات الاجتماعية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ١٩٩٨٠ ، ص ٢١٧.

5- Kawamura, Yuniya. Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. Berg, 2005. P157.

٦– احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، مكتبة التراث الإسلامي ، بيروت ، ١٩٩٢ ، ص٢٠٦ .

٧– انتوني غدنز ، علم الاجتماع ،ترجمة ، فايز الصياغ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ٢٠٠٥، ص١١٢.

٨- اليكس مكيشلي ، الهوية ، ترجمة علي اسعد وطفة ، دار الوسيم للطباعة ، بيروت ، ١٩٩٣، ص١١١.

٩- احمد زايد ، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات ، مجلة عالم المعرفة ، الكويت ، ٢٠٠٦،ص١٩ .

١٠- مصطفى عيد إبراهيم ، نظرية الهوية الاجتماعية: مفتاح لفهم ديناميكيات صنع السياسات والتأثيرات التنظيمية ، المركز العربي الديمقراطي ، بيروت ، ٢٠٢٥،ص١

١١- مسعود سعود ، جمال تالي، الهوية الاجتماعية والامتثال الاجتماعي- قراءة سوسيولوجية في المفهوم- ، مجلة المجتمع والرياضة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ،جامعة الشهيد حمه لخظر-الوادي- ، المجلد(٧) ، العدد(٢) ، الجزائر ، ٢٠٢٤، ص٢١١ .

١٢- خالدة عبد الحسين الربيعي ، تاريخ الازياء وتطورها ، دار اليازودي للنشر والتوزيع، الاردن ، ٢٠١٣، ص١١.

١٣- حاتم الكعبي ، حركات المودة ، مطبعة الديوانية الحديثة ، الديوانية ، ١٩٧١، ص١٩ .

١٤- حاتم الكعبي ، حركات المودة ، المصدر نفسه، ص٢٠.

١٥- فرنان برودل ، الحضارة المادية والاقتصاد والرأسمالية ، ترجمة ، مصطفى ماهر، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، ٢٠١٣، ص٤٣٩.

١٦- جيل ليبوفستكي ، مملكة الموضة زوال متجدد ، ترجمة ، دين مندور، المركز القومي للترجمة، القاهرة ، ٢٠١٧، ص٢٣.

١٧- فارس رشيد البياتي ، الحاوي في مناهج البحث العلمي ، عمان ، الاردن ، دار السواقي ، ٢٠١٨ ، ص٩٨ .