Dirasat: Human and Social Sciences, Volume 51, No. 3, 2024

Deanship of Scientific Research

The New-Look Inclination among University Female Students in Hebron Province

Nabeel Jebreen Jondi* , ***Abeer Hasan Sweeti*** , ***Sereen Salem Sarahneh***

Faculty of Education, Hebron University, Palestine

Received: 25/12/2022
Revised: 2/5/2023
Accepted: 19/6/2023
Published: 30/5/2024

* *Corresponding author:*
jondin@hebron.edu

Citation: Jondi, N. J. ., Sweeti , A. H. ., & Sarahneh , S. S. . (2024). The New-Look Inclination among University Female Students in Hebron Province. *Dirasat: Human and Social Sciences*, *51*(3), 143–153. https://doi.org/10.35516/hum.v51i3.1169

© 2024 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

Objectives: This study investigated the inclination of female students towards new appearances at Al-Khalil University and Palestine Polytechnic University. It also examined whether there were differences in this inclination based on specific independent variables.

Methods: The study involved a sample of 300 female students from both universities in Al-Khalil. A scale was developed to measure their level of interest in new appearances, and criteria were established to categorize the degrees of inclination. Differences in mean scores were analyzed according to university, academic year, and economic level.

Results: The findings revealed that female students displayed a moderate inclination towards new appearances. Notably, there were differences favoring Polytechnic University in terms of this inclination. Additionally, the economic status of the students' families played a role, with those from higher income backgrounds showing a greater inclination. Moreover, there were variations related to the students' academic year, favoring second, third, and fourth-year students.

Conclusion: The study concluded that the inclination towards new appearances among female university students was linked to economic factors and academic level. To support these students, it is recommended to focus on boosting their self-confidence and considering their preferences within the context of societal norms and prevailing culture.

Keywords: New appearances, inclinations, university students, Al-Khalil Governorate, scale of new appearances.

النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل

***نبيل جبرين الجندي**، عبير حسن السويطي، سيرين سالم السراحنة*

قسم علم النفس، كلية التربية، جامعة الخليل، فلسطين

ملخّص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى استقصاء نزعة إقبال الطالبات على الإطلالات الجديدة في جامعتي الخليل وبوليتكنيك فلسطين، وعما إذا كان ثمة فروق في هذه النزعة تعزى لبعض المتغيرات المستقلة.

المنهجية: أجريت الدراسة على عينة طبقية قوامها 300 طالبة من جامعتي الخليل والبوليتكنيك بمدينة الخليل؛ حيث بلغ العدد الكلي للطالبات في جامعة البوليتكنيك (2658) طالبة. بُنِيَ مقياسًا يكشف عن الاهتمام الزائد بالإطلالات الجديدة، وجرى وضع معايير لتصنيف درجات النزعة نحو الإطلالات بحيث تكون الدرجة مرتفعة إذا زاد المتوسط الحسابي عن 3.66، ومتوسطة إذا وقع المتوسط الحسابي بين 2.33 و3.66 ومتدنية إذا قل المتوسط الحسابي عن 2.33. فُحِصَت الفروق في متوسطات نزعة إقبال الطالبات على الإطلالات الجديدة، وفقًا لكل من متغير الجامعة (الخليل، البوليتكنيك)، والسنة الدراسية (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)، والمستوى الاقتصادي (مرتفع، متوسط، متدني).

النتائج: أظهرت النتائج أن درجات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى الطالبات كانت متوسطة، كما أسفرت عن وجود فروق في النزعة نحو الإطلالات الجديدة تعزى للجامعة لصالح جامعة البوليتكنيك، ووجود فروق في النزعة نحو الإطلالات الجديدة تعزى لمتغير الوضع الاقتصادي للأسرة، لصالح ذوات الدخل الاقتصادي المرتفع، ووجود فروق كذلك تعزى لمتغير السنة الدراسية، لصالح طالبات المستويات الثانية والثالثة والرابعة.

الخلاصة: خلصت الدراسة إلى أن النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى الطالبات الجامعيات ترتبط طرديًا بالعوامل الاقتصادية، وبمستوى الطالبات الأكاديمي. توصي الدراسة بضرورة العمل على رفع ثقة الطالبات في أنفسهن، وضرورة الاهتمام بما تراه الطالبات مناسبًا لهن في ضوء معايير المجتمع وثقافته السائدة.

الكلمات الدالة: الإطلالات الجديدة، الميول، طالبات الجامعة، محافظة الخليل، مقياس الإطلالات الجديدة.

مقدمة:

يلعب الشكل الخارجي للفرد عاملًا مهمًا في بناء وصقل شخصية الفرد، ويؤثر تأثيرًا مباشرًا في مستوى الرضا عن الذات وتقديرها وقبولها، وتبدو العلاقة طردية بين هذه المتغيرات حيث يرتفع مستوى الثقة بالنفس بارتفاع معدل الرضا عن الشّكل الخارجي والعكس صحيح، وعليه يميل الشباب لمتابعة الموضة، ويحرصون على التجديد في إطلالاتهم، وتبديل أشكالهم، وأنماط أجسادهم وفقًا لتأثيرات المجتمع وطريقة النظر إليهم.

ويشكل الرضا عن المظهر الخارجي للإنسان معيارًا لعلاقة الفرد مع جسده، ومؤشرًا على صحته البدنية والنفسية، وعلاقته مع العالم الخارجي، المتمثل في المجتمع والثقافة اللذين يحددان أنماط الأجسام السائدة، وأساليب التعامل معها، ويحكم على أفكار الفرد منذ الطفولة بتوقع أحكام الآخرين حول أشكالهم الخارجية، فيجد الفرد نفسًا مضطرًا لمسايرة المجتمع، كي يتجنب الانتقاد، أو الإقصاء الاجتماعي، وفقاُ لشكله الخارجي (بلخير، 2019).

وتسهم كثير من العوامل في تكوين صورة الجسد وتصور الفرد لها، حيث أنّ المركبات الفسيولوجية والسيكولوجية، كالعوامل الشعورية واللاشعورية، والاجتماعية كالأسرة، والأقران، ووسائل الإعلام، فيترجم الفرد صورة الجسد من خلال الإحساس بنمط جسمه سواء كان جذابًا أو مضطربًا (عبد الفتاح، 2019)، وتحدد معايير الجسد المثالي وفقًا لعوامل ثقافية واجتماعية، إذ يشعر الفرد الذي تنطبق عليه هذه المعايير بالجاذبية والرضا، ويؤكد مصطفى (2018) إن رؤية المرأة لجسدها، وتحديد طريقة زيّها، عوامل مرتبطة بالمجتمع، وتنبع انطلاقًا من ذلك فكرة الرّضا عن الذات، فالمرأة تسعى إلى إرضاء غيرها أكثر من نفسها، سواء بالحكم على شكل جسدها، أو طريقة ارتداء ملابسها، كما بين دور وسائل الاتصال، وثقافة الصورة البصرية المرتبطة بالإعلام المرئي، في تكوين اتجاهات الأفراد والجماعات، وبناء أفكارهم، وتحديد مواقفهم وسلوكاتهم، وتشكيل الصورة الذهنية حول الأشياء، من خلال عملية التركيز، والتكرار باستخدام القوالب الإعلامية والإعلانية.

وحول النزعة نحو الموضة بين فينكاتش ورفاقه (Venkatesh et al, 2012) أنها مرتبطة بعوامل الفرد الشخصية، كالصورة التي يحملها الفرد عن جسده، وعن صفحته النفسية، وحالته المزاجية، وتشتمل هذه النزعة على مكوّن عاطفي يتمثل في الاستجابة العامة للمزاج الإيجابي والسّلبي، ومكوّن معرفي يتمثل في السمات الاجتماعية الكامنة التي يتم تقييمها من خلال خبرات الفرد، ومفاهيمه حول الموضة. في حين يرى كل من بارلو ورفاقه (Barlow et al., 2016) أن الفرد يهدف لتحقيق الاندماج الاجتماعي لتحقيق القبول المجتمعي، فيحاول كسب رضا الجماعة لتجنب الإقصاء الاجتماعي، ويمكن أن تشكل صورة الجسد أهم عوامل الاستبعاد الاجتماعي وفقًا لثقافة المجتمع، فالشكل الخارجي يؤثر في شخصيه الفرد إيجابًا أو سلبًا، وبالرغم من ميل الشباب لمتابعة الموضة والتركيز على ظهورهم بإطلالات جديدة، إلا أنهم لا يمتلكون دائمًا الحرية المطلقة، فبعضهم يفضل عدم الانجراف وراء الإطلالات الجديدة، إرضاء للمجتمع الذي تتغير معاييره بين فترة وأخرى.

وبين أجواني (Ajwani, 2020) أنّ نمط اللبس يتأثر بردة الفعل التي يتلقاها من الآخرين، فتجد النّاس يلبسون ملابس تختلف باختلاف المناسبات، وتوفر الملابس الرّضا النّفسي للنّاس، وينزعج الأفراد إن لم يتمكنوا من العثور على الملابس العصريّة بسهولة، ويتأثر اختيار اللبس بصورة الجّسد لديهم، وقد تكون الملابس وسيلة مساعدة في عرض الشّخص نفسه أمام الآخرين.

ويرى كل من سابين وأولاف (Sabine & Olaf, 2022) أن الأفراد يميلون للموضة الجّديدة لتحديد هويّاتهم، وتمييز أنفسهم عن الآخرين، وكي يكونوا جزءًا من المجموعة الاجتماعية. وعليه، هي هي حاجة نفسيّة للترابط الاجتماعي، والشخصي، وتوكيد الذات.

وقد تناولت عديد الدراسات الجوانب النفسية الكامنة وراء النزعة نحو الإطلالات، فقد أظهرت دراسة سميث (Smith, 2017) أن اهتمام النّساء بالملابس من شأنه أن يعزّز من صورة الجسم، ويعزّز الذّات الإيجابية، ويحسّن من المزاج، ويرفع درجات مفهوم الذات والعافية النّفسيّة، وحول ميل الفتيات لعمليات التجميل من أجل الحصول على إطلالة جديدة يرى عبد الحليم (2021) أن ذلك يعود لتقليد المشاهير والفنانين، ورغبتهن في حصولهن على شكل مختلف، أو لخوفهن من التّقدم بالعمر، فتشعر المرأة برغبتها في التّجدد والتّغيير وكسر الملل والروتين، وقد يكون ذلك إرضاءً للذّات والخروج عن المألوف، أو بسبب تدنّي الثّقة بالنّفس أو المعاناة من الاضطرابات النفسيّة.

وهدفت دراسة نوعية أجرتها سكوت (Scott, 2018) في مدينة تورنتو الكندية، لفحص العلاقة بين خبرة النساء في الملابس، وأثر ذلك في العواطف، والمزاج، ومفهوم الذات، وتقدير الذات، وشاركت فيها سبع نساء تتراوح أعمارهن بين 21 و 39 عامًا، واعتمدت على كتابة المذكرات اليومية، والمقابلات شبه المتعمقة، وقد خلصت الدراسة إلى أن خبرة الملابس لدى النساء من شأنها أن ترفع الحالة المزاجية لديهن، وكذلك تعزز من مفهوم الذّات، وتقدير الذّات، وأنّ هذه الخبرة من شأنها أن تعزّز علم نفس الملابس سيكولوجية اختيار الملابس، وتعزز من صورة الجّسم المقبولة، مما يرفع من مستويات العافية النفسية لديهن.

كما هدفت دراسة فينيتا (Vininta, 2019) إلى استقصاء العلاقة بين المادية والاهتمام بالموضة وإدمان الإنترنت بين مستهلكي الملابس في مومباي، وأجريت الدراسة على عينة من (275) شخصًا، تتراوح أعمارهم من (15) إلى (40) عامًا، وأظهرت الدراسة أن الاهتمام بالموضة، وإدمان الإنترنت يؤدّي إلى تعزيز سلوك التّسوق القهري، ولم تظهر الدراسة فروقًا في تأثير الاهتمام بالموضة على سلوك التسوق القهري وفق متغير جنس المبحوث.

أما دراسة أجمال وكورات (Ajmal & Qurat, 2019) فهدفت إلى تعرُّف تأثير صورة الجسد على احترام الذات لدى المراهقين الذكور والإناث، أجريت

الدراسة على عينة مكونة من (144) ذكرًا و (146) أنثى من طلبة المدارس والكليات وجامعة مولتان، واستخدم الباحثون مقياس احترام الذات، ومقياس صورة الجسم، وتوصلت الدراسة إلى ارتباط صورة الجسد باحترام الذات، حيث تساهم الأفكار والتصورات الإيجابية تجاه صورة الجسد في تكوين شخصية إيجابية، تتمتع بدرجات مرتفعة من الثقة بالنفس، وحب الذات، وهكذا تنعكس على طريقة تعامل الفرد مع ذاته ومع الآخرين والعكس صحيح، وبينت النتائج أن مستوى صورة الجسد، واحترام الذات أعلى لدى الذكور بالمقارنة مع الإناث، في حين أن الإناث أكثر وعيًا تجاه وزنهن وصورة جسدهن، وتزداد في المرحلة المتأخرة بالمقارنة مع المراهقة المبكرة.

وعنيت دراسة كل من لانج ووي (Lang & Wei, 2019) بتحديد أثر عوامل الخبرة والمعرفة بطبيعة الملابس، والقيم الشخصية على نية المستهلكين في شراء منتجات الملابس، وقد اختار الباحثان عينة قوامها 306 من الطالبات الجامعيات في الولايات المتحدة، واستخدم الباحثان مبادئ نظرية العزو لتحليل البيانات، وبينت النتائج أن العوامل التي تدفع الطالبات على الشراء تتركز على مقدار المعرفة بجودة المنتج، واتجاهات الطالبات نحو شراء منتجات الملابس.

وراجع كودزمان (Kodzoman, 2019) أكثر من عشرين دراسة تجريبية عنيت بسيكولوجيا الملابس، وقد درس الباحثون الأسباب الكامنة وراء الاهتمام بالملابس واختيارها، وقد أجرى الباحثون تحليلاً نوعيًّا للدراسات، وأسفرت النتائج عن أنّ هناك ثلاثة عوامل ترتبط بسيكولوجيا الملابس؛ العامل الأول: معنى الألوان في سيكولوجيا الملابس؛ إذ أن اللون يصنع الجاذبية أو عدمها، ويستخدم لتحسين المظهر الجمالي، ويعبر عن الهوية الاجتماعية، والعواطف، والأذواق؛ والعامل الثاني: التأثير الاجتماعي النفسي للملابس؛ إذ أظهرت الدراسة أن ارتداء الملابس يعدّ معيارًا اجتماعيًا، يعبّر عن الذوق أو الأسلوب الشخصي، ويعدّ الوسيلة التي يقدم الفرد بها صورته للآخرين، وهي تؤثر في النفس البشرية من حيث الطّريقة التي يدرك بها الفرد نفسه، ويحكم من خلالها على الآخرين، والعامل الثالث: المساواة بين الجنسين؛ إذ بينت الدراسة أهمية اختيارات الملابس بغض النظر عن الجنس، لأن الملابس تتأثر بالهوية والمزاج، وبغض النظر عن الجنس، فاختيار الموضة يؤثر في الصورة الذاتية، والطريقة التي يتصرف بها الآخرون الناس تجاه الفرد.

وعنيت دراسة مونيفا ورفاقها (Moneva et al., 2020) بالكشف عن العلاقة بين قلق المظهر الجسدي والعلاقات الاجتماعية، حيث الخوف من الحكم السلبي على أشكالهم الخارجية، طبقت الدراسة على عينة مكونة من (244) من طلبة المرحلة الثانوية في مدرسة مانداوي الفلبينية، وتم استخدام مقياس التصنيف وتحليل نتائجه من خلال المعالجة الإحصائية، وتوصلت النتائج إلى أن مستويات القلق من المظهر الجسدي تؤثر على نحو كبير في علاقات الطلبة الاجتماعية.

وبينت دراسة سايمون (Simon, 2021) التأثير الوسيط لمثالية المظهر الجسدي بين إدمان (الانستغرام) واحترام الجسد، وطبقت على عينة مكونة من (902) طالب جامعي من الفلبين، وأظهرت وجود علاقة سلبية بين كمال المظهر الجسدي، ومنصات التواصل الاجتماعي التي تؤثر سلبًا في تقدير الشخص لصورته الجسدية، وكيفية إدراكها، وأظهرت الدراسة فروقًا بين الجنسين في النظرة المثالية للجسد.

وقامت دراسة عبد الفتاح (2019) على توضيح العلاقة بين صورة الجسم والتوجه نحو الحياة لدى عينة من طالبات الجامعة المتزوجات والغير متزوجات " والكشف على العلاقة بين صورة الجسم والتوجه نحو الحياة، كما أنها هدفت إلى توضيح الفروق الفردية بين المتزوجات والغير متزوجات في كلا المتغيرين، طبقت الدراسة على عينة مكونة من (381) طالبة واستخدمت الباحثة في دراستها مقياس صوره الجسم، ومقياس التوجه نحو الحياة، وقد أظهرت النتائج توجه إيجابي نحو الحياة لدى العينة التي طبقت عليها الدراسة، ووجود نظرة ايجابية عن صورة الجسم لدى الطالبات في جامعة سطام، وأيضا وجود علاقه ارتباطية دالة موجبة بين صورة الجسم والتوجه نحو الحياة.

وتعقيبا على الدراسات السابقة، فقد أظهرت بعض الدراسات مثل دراسة (Smith, 2017) ودراسة (Ajmal & Qurat, 2019) اهتمام النساء بالموضة في كل البيئات العالمية، ذلك أن هذا الاهتمام من شأنه أن يساعد على تعزيز صورة الجسد، وتعزيز مفهوم الذات، ويرفع من المزاج، ويحسن من مستويات العافية النفسيّة، كذلك من شأن هذه النزعة نحو الإطلالات الجديدة أن تعزز تقبلهن في الجماعة الاجتماعية (Kodzoman, 2019) مما يعزز التوافق الاجتماعي لديهن، ويبعدهن عن الوقوع في القلق والاكتئاب، فيما ركزت طائفة أخرى من الدراسات مثل دراسة (عبد الحليم، 2021) على الآثار السلبية الناجمة عن النزعة نحو الإطلالات الجديدة، كأن تأخذ شكل الهوس في متابعة الموضة، والإطلالات الجيدة، والوقوع في اضطراب شره التسوق القهري الخوف من العزلة الاجتماعية، وعدم تقبل المجتمع لهن، والحكم السلبي العام عليهن، فيما اهتمت دراسات أخرى بالعمل على تحسين صورة الجسد والمظهر مثل دراسة(Simon, 2021) وتناولت دراسات أخرى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صورة الجسد، ومتابعة الموضة.

وتأتي هذه الدراسة استكمالا لجهود الباحثين، في استقصاء نزعة الطالبات الجامعيات نحو الإطلالات الجديدة، من حيث مدى انتشار الظاهرة، وتختلف عن سابقاتها في أنها عينت ببناء مقياس يؤشر للنزعة نحو الإطلالات الجديدة، الذي من شانه أن يكشف عن عمق الظاهرة ومدى انتشارها، ومن جهة أخرى فهي تستقصي مستوى الاهتمام بالإطلالات الجديدة والفروق في هذه النزعة، وفقًا لبعض المتغيرات الديموغرافية والشخصية.

مشكلة الدراسة

من خلال ملاحظة طالبات الجامعات الفلسطينية؛ تبين أنهن يظهرن اهتماما بالغًا في الإطلالات الجديدة التي تتعدى حد الظهور بمظهر مقبول إلى ما يمكن تسميته بهوس الموضة، فبعضهن يحرصن على متابعة الإطلالات على نحو مقبول، وبعضهن قد يحرص على الغرابة في الإطلالة التي قد تصل في حالات خاصة إلى تشَّويه الذات، حيث أن الموضة، والترويج للملابس على نحو كبير شكّل مشكلة أمام الطالبات سيما في بيئة تعاني من مشكلات اقتصادية وتدني في الدخل الشهري، وهذه المشكلة أدّت لنقاش حول الاهتمام المبالغ فيه بالموضة والمنظومة القيمية التي تعززها ثقافة المجتمع، وحول جدلية العلاقة بين الأدوار المهمة في الحياة من جهة والاهتمام المبالغ فيه بالشكل والمظهر الخارجي من جهة أخرى، وهذا الصراع قد يؤدي إلى مشاكل عديدة تتمثل في اضطرابات في الشخصية، وفي ضوء هذا التركيز منقطع النظير على الإطلالات، ونظرا إلى افتقار المكتبات لمقياس يكشف عن نزعة الفتيات للظهور بإطلالة جديدة؛ فقد نحت هذه الدراسة ببناء مقياس يكشف عن هذه مدى انتشار هذه النزعة، وبهذا تتحدد مشكلة الدراسة في استقصاء واقع الاهتمام بالإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات في محافظة الخليل.

وتحديدًا تحاول الإجابة عن السؤالين الآتيين:

1. ما مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعة في محافظة الخليل؟

2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل، تعزى لكل من متغيّر الجامعة، والسنة الدراسية، والوضع الاقتصادي؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة للوقوف على واقع نزعة الطالبات الجامعيات نحو الإطلالات الجديدة، وتحديد أهم المنطلقات المولدة لهذه النزعة من وجهة نظرهن، وكذلك تحاول هذه الدراسة استقصاء واقع هذه النزعة والاهتمام بالإطلالات الجديدة باختلاف بعض المتغيرات المستقلة مثل الجامعة، ومستوى الطالبة، والمستوى الاقتصادي، بالإضافة لذلك فإن من أهداف هذه الدراسة بناء أداة تكشف عن النزعة نجو الإطلالات الجديدة، يكون مرجعًا للدارسين في هذا المجال.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من الناحية النظرية من خلال توفير بيانات كمية حول موضوع الإطلالات الجديدة والنزعة والإقبال عليها، كونها من الموضوعات المهمة التي تحظى باهتمام الباحثين في العالم مؤخرًا، إذ يتم من خلال هذه الدراسة تعرُّف نزعة الطالبات الجامعيات نحو الإطلالات الجديدة، الأمر الذي من شأنه أن يساعد في بناء تصور معرفي حول فهم الطالبات لذواتهن الجسمية، وتكوين معرفة حول التأثيرات النفسية لصورة الجسم على الإقبال أو الإحجام على الموضة، خاصة إذا اتضح من خلال تلك الملاحظات أن هذه التأثيرات تؤدي إلى اضطراب في الشخصية، وعليه فإن هذه الدراسة تكتسب أهميتها من موضوعها الحيوي وانعكاساته على قطاع الشابات في فلسطين على نحو عام.

أما من الناحية التطبيقية فتوفر هذه الدراسة مقياسًا يكشف عن النزعة نحو الإطلالات الجديدة في المجتمع الفلسطيني، يمكن استخدامها من قبل الباحثين في دراسات جديدة، ويمكن الكشف عن النزعة الواقعية نحو الإطلالات التي عادة ما تميل إليها كل الفتيات في العالم، وتميزها عن النزعة المبالغ فيها التي قد تؤدي إلى هوس الشراء، أو المبالغة في متابعة الإطلالات على حساب الإنجاز، أو تشويه الذات الذي قد يحدث نتيجة لمتطلبات صرعات الموضة الحادثة في العالم.

مصطلحات الدراسة

سيكولوجيا الملابس: من العلوم التطبيقية في علم النفس، ويعرف بعلم نفس الملابس أو "سيكولوجيا الملابس" هو دراسة تأثير الملابس على الإنسان وكيفية تفاعل الأفراد مع ملابسهم. وهذا العلم يتطرق إلى العوامل التي تؤثر في اختيار الملابس والتأثير الذي تتركه الملابس على السلوك والمزاج والاتصالات الاجتماعية للأفراد؛ يهدف لفهم وتفسير السلوكات والممارسات المتعلقة بالأزياء والموضة وطريقة اختيار الفرد لملابسه، حيث يعبر عن الهوية الذاتية للفرد ويمكن أن تشمل بعض الرسائل التي يمكن فهمها من خلال المظهر الخارجي.**(Duje, 2019)** .

النزعة نحو الإطلالات الجديدة: الإطلالة في اللغة مشتقة من الفعل أطلَّ على الشَّيء: أشرف عليه، وتأتي الإطلالة بمعنى الإشراف والإشراق والبزوغ، وعادة ما تقترن بالشيء الحسن للوصف (معجم المعاني الجامع، 2010)، واقترنت بالإنجليزية أيضا بوصف شروق الشمس والرؤية والمظهر الخارجي **(**Oxford, 1989**)**، **ويعدُّ** مصطلح الإطلالة، وارتباطه بعالم الموضة، والجمال مصطلحًا يرتبط بالكمال والمثالية والتميز، حيث يصف طريقة ظهور المرأة وأسلوب أزيائها، ونمط معيشتها.

أما النزعة: فهي كما يراها كل من إيجلي وشيكين (Eagly & Chaiken, 1993) بأنّها الميل لتقييم الأشياء إما إيجابًا أو سلبًا.

وتعرف النزعة نحو الإطلالات الجديدة مفاهيميًا: بأنها الميل والرغبة لدى الأفراد للظهور بمظهر جديد، أو تعديل على المظهر القديم، وخصوصًا في

نمط ملابس المرأة التي ابتدعته كريستيان ديور سنة (1949).

أما التعريف الإجرائي للنزعة نحو الإطلالات الجديدة: فهي الدّرجة التي يحصل عليها المستجيب/ة على أداة الدراسة المستخدمة فيها.

صورة الجسد:

هي الصورة التي يحملها الفرد عن جسده، وقد تكون مكونًا انفعاليًا يؤشر على المشاعر السارة وغير السارة، وقد تكون مكونًا معرفيًا يشير إلى الرضا عن الجسد، فالمظهر الجسمي يتكون من مكون ذاتي كالرضا والانشغال والاهتمام والقلق، وقد تكون مكونًا معرفيًا يكشف عن دقة معرفة الفرد لجسمه، وقد تكون مكوّنًا سلوكيًا يركز على المواقف التي تسبب للفرد الرضا أو الضيق المرتبط بالمظهر الجسمي (حمزة ورفاقه، 2018).

ويعرفها الطوير والتومي (2016) بأنّها التصور العقلي عند المرء عن جسمه في أثناء الراحة، أو الحركة في أية لحظة، وتستمد من الإحساسات الباطنة، وتغيرات الهيئة، والاحتكاك بالأشخاص، والأشياء في الخارج، وهي مسألة شعوريه ولا شعورية تعكس البنية الجسمية الواقعية والوظيفية والخبرة والتجربة المرتبطة بالجسم.

حدود الدراسة

اقتصرت هذه الدراسة على جامعة الخليل وجامعة البوليتكنك في محافظة الخليل، في العام 2022، على عينة من طالبات الجامعات في محافظة الخليل، واقتصرت نتائج هذه الدراسة على ما يتمتع به المقياس المستخدم فيها من خصائص سيكومترية، الأمر الذي قد يعيق تعميم نتائج الدراسة على عينات أخرى.

منهج الدراسة

استخدم المنهج الوصفي التحليلي، الذي يصف الظاهرة كما هي موجودة في الواقع، من خلال تجهيز بيانات لإثبات أسئلة معينة، والإجابة عن تساؤلات محددة بدقة تتعلق بالظاهرة المدروسة عبر جمع المعلومات عنها، باستخدام أدوات مناسبة، والغاية من هذا الاستخدام في هذه الدراسة هو تعرُّف النزعة نحو الإطلالات الجديدة من قبل طالبات الجامعات في محافظة الخليل.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات جامعة الخليل، وجامعة البوليتكنك، فبعد الرجوع إلى السجلات الإحصائية لكلا الجامعتين، كان عدد الطالبات في جامعة الخليل (6975)، وعدد الطالبات في جامعة البوليتكنك (3885) طالبة، ليصبح إجمالي العدد لمجتمع الدراسة (10860) طالبة.

عينة الدراسة

طبقت الدراسة على عينة مكونة من (300) طالبة من طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل، وقد تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية، وفقا لطبقتي الجامعة ومستوى الطالب، وقد وزع عدد أكبر من أدوات الدراسة لضمان الوصول للعدد النهائي والجدول (1) يبين توزيع أفراد العينة الديموغرافية وفقًا للجامعة ومستوى الطالبة.

الجدول (1): توزيع أفراد العينة الديموغرافية وفقا للجامعة ومستوى الطالبة:

			الجامعة		المجموع
			جامعة الخليل	جامعة بوليتكنيك فلسطين	
مستوى الطالبة	أولى	العدد	52	65	117
	ثانية	العدد	47	22	69
	ثالثة	العدد	30	45	75
	رابعة فما فوق	العدد	26	13	39
المجموع		العدد	155	145	300
		%	51.7	48.3	100

أداة الدراسة:

استبيان النزعة نحو الإطلالات الجديدة

وصف الاستبيان:

بالاستناد إلى الأدب النظري الخاص بمولدات ودوافع متابعة الموضة، وحرص الإناث على الظهور بإطلالات جديدة، الأمر الذي ساعد على تكوين خلفية لموضوع الدراسة، تم بناء فقرات المقياس بحيث تكون هذه الفقرات شاملة وغير متداخلة في ما بينها، وقد أمكن بناء (30) فقره قبل عرضها على المحكمين ذوي الاختصاص، وتم توزيع درجات الإجابة عن فقرات المقياس الخماسية، حيث يحصل المستجيب على (5) درجات عندما يجيب (دائمًا)،

و(4) درجات عندما يجيب (غالبًا)، و(3) درجات عندما يجيب (أحيانًا)، ودرجتين عندما يجيب (نادرًا)، ودرجة واحدة عندما يجيب (أبدًا).

صدق المحتوى للاستبانة:

للتحقق من صدق الاستبانة تم عرضها على خمسة محكمين من ذوي الاختصاص والخبرة، وفي ضوء آرائهم؛ تم تعديل بعض الفقرات وصياغتها، وقد تم حذف فقرتين، وتعديل ثلاث فقرات، وأصبح المقياس مكونًا من (28) فقرة.

صدق الاتساق الداخلي:

تم التحقق من صدق الاستبانة بحساب معامل ارتباط بيرسون **(Pearson Correlation)** لكل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس، وذلك كما هو واضح في الجدول (2).

الجدول (2): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس.

رقم الفقرة	معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة	معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة	معامل ارتباط بيرسون
1	0.50**	11	0.45**	21	0.60**
2	0.51**	12	0.49**	22	0.54**
3	0.51**	13	0.60**	23	0.57**
4	0.57**	14	0.49**	24	0.56**
5	0.34**	15	0.58**	25	0.45**
6	0.54**	16	0.60**	26	0.54**
7	0.52**	17	0.48**	27	0.64**
8	0.67**	18	0.51**	28	0.49**
9	0.48**	19	0.34**		
10	0.56**	20	0.60**		

** دالة إحصائيًا عند ($\alpha \leq 0.01$)، * دالة إحصائيًا عند ($\alpha \leq 0.05$)

تشير البيانات في الجدول (2) إلى أن جميع قيم مصفوفة ارتباط فقرات المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس دالة إحصائيًا، ما يشير إلى أن المقياس يتمتع بدلالات صدق مرتفعة تسمح باستخدامه في البحث العلمي.

ثبات استبانة الإطلالات الجديدة:

تم حساب الثبات بحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا، وكذلك تم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية.

وقد بلغت قيمة معامل ثبات كرونباخ ألفا للدرجة الكلية للمقياس (0.95)، كذلك تم التحقق من ثبات المقياس بطريقة التجزئة النصفية، حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان المصحح **(0.87)**، وهذا يشير إلى أن المقياس يتمتع بدرجات ثبات مرتفعة.

مفاتيح تصحيح الاستبانة:

تم تقسيم طول السلم الخماسي إلى ثلاث فئات لمعرفة درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على الإطلالات الجديدة، وتم حساب فئات المقياس الخماسي كما يأتي: درجة الموافقة دون 2.33 تكون منخفضة، والدرجات بين (2.34 – 3.67) تكون متوسطة، وتكون درجات الموافقة أعلى من 3.68 مرتفعة.

إجراءات الدراسة

بعد أخذ الموافقات الرسمية من الجامعات المشمولة بالدراسة، وبعد اختيار العينة تم بناء فقرات الاستبيان بصورته النهائية، وتم توزيع أداة الدراسة على الطالبات في الفصل الأول للعام 2021-2022، وقد بلغت الردود الصالحة(300) استبانة.

تم بناء فقرات المقياس بصورته النهائية، وأخذ الموافقات الرسمية من الجامعات المشمولة بالدراسة، وتم توزيع أداة الدراسة على الطالبات في الفصل الأول للعام 2021-2022، وقد بلغت الردود الصالحة للتحليل (300) استبانة.

الأساليب الإحصائية

تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية: المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعادلة كرونباخ ألفا لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة، ومعامل الارتباط بيرسون واختبار (ت)، واختبار تحليل التباين الثلاثي، واختبار شيفيه **(Scheffe)** للمقارنات الثنائية البعدية لإيجاد مصدر الفروق البعدية.

نتائج الدراسة

نتائج سؤال الدراسة الأول: ما مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعة في محافظة الخليل؟

للإجابة عن السؤال الأول، تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأوزان النسبية لمستوى الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعة في محافظة الخليل. كما هو موضح في الجدول (4).

الجدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لمستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعة في محافظة الخليل، مرتبة تنازليًا حسب المتوسطات الحسابية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
1	لدي ميل للتعرف على موديلات الملابس الجديدة.	4.04	1.06	80.8	كبيرة
6	تستهويني متابعة الإطلالات الجديدة عند المشاهير من الفنانين.	3.74	1.25	74.8	كبيرة
9	الظهور بإطلالات جديدة من الأمور المهمة في حياتي.	3.59	1.37	71.8	متوسطة
3	تجذبني التصميمات الحديثة في الملابس، وأرغب في الحصول عليها.	3.50	1.23	70.0	متوسطة
10	أرى أن بناء الإطلالات الجديدة يحتاج إلى استشارة من الآخرين	3.34	1.45	66.8	متوسطة
19	أقع في حيرة من أمري عند اختيار الملابس للاستعداد للخروج من المنزل.	3.33	1.33	66.6	متوسطة
13	بعض الناس نجحوا في حياتهم بسبب حرصهم على الظهور بإطلالات جديدة.	3.31	1.43	66.2	متوسطة
14	لا يمكنني التخلي عن فكرة الظهور بمظهر جاذب للآخرين	3.17	1.50	63.4	متوسطة
15	أحاول أن أظهر بما يروق لي من إطلالات، ولا يزعجني رأي الناس في ذلك.	2.98	1.46	59.6	متوسطة
16	أتابع بشغف كل ما هو جديد في موضوع الإطلالات.	2.97	1.48	59.4	متوسطة
8	أحرص على أن أكون مختلفة في مظهري.	2.91	1.51	58.2	متوسطة
26	أفكر بعمق في المواءمة من شكل جسمي وموضة الملابس الجديدة.	2.91	1.38	58.2	متوسطة
7	أخطط وأفكر باستمرار في إطلالة تجلب الانتباه.	2.84	1.51	56.8	متوسطة
24	ينتابني شعور بالأسى عندما أرى الملابس التي أعجبتني يلبسها شخص آخر.	2.79	1.51	55.8	متوسطة
12	الإطلالات الجديدة تمنحك تميزا في عيون الآخرين.	2.78	1.52	55.6	متوسطة
11	أعتقد أن الإطلالات الجديدة أولى الخطوات نحو النجومية.	2.75	1.41	55.0	متوسطة
28	أشعر بالإحباط عند اتخاذ قرار فاشل اتجاه مظهري الخارجي.	2.70	1.42	54.0	متوسطة
17	أشعر بالإحباط إذا شعرت أنني مشابه للآخرين في مظهري.	2.69	1.38	53.8	متوسطة
2	أتابع المذيعات لمواكبة الموضة العصرية في اللباس والشكل	2.67	1.41	53.4	متوسطة
23	أصاب بالإحباط نتيجة التفكير في عدم استطاعتي لشراء الملابس التي أحبها وأعجب بها.	2.65	1.41	53.0	متوسطة
25	تضايقني البدانة عندما تجبرني على اختيار نمط جسمي خارجي لا أحبذه.	2.65	1.51	53.0	متوسطة
27	يؤرقني كثرة التفكير في التفاصيل المتعلقة بمظهري الخارجي.	2.63	1.38	52.6	متوسطة
22	ينتابني شعور بالنقص إذا وجدت صعوبة في العثور على ما يناسبني من التصميم والألوان المناسبة لي.	2.60	1.41	52.0	متوسطة
20	اختيار الألوان المميزة والجاذبة للانتباه من قبل الآخرين.	2.51	1.32	50.2	متوسطة
4	أحب التأثير على الجنس الآخر بأناقتي وملابسي المميزة.	2.51	1.61	50.2	متوسطة
21	أشعر أنني أنافس زميلاتي في الظهور بالمظهر الأكثر جمالًا.	2.32	1.35	46.4	منخفضة
18	أشعر بالتوتر قبل الاستماع إلى آراء زملائي حول رأيهم في مظهري.	2.29	1.29	45.8	منخفضة
5	أحرص على أن أظهر بإطلالة جديدة بين الفينة والأخرى.	1.77	1.26	35.4	منخفضة
	الدرجة الكلية للإطلالات الجديدة	**2.91**	**0.68**	**58.2**	**متوسطة**

تشير البيانات الواردة في الجدول (4) أن مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعة في محافظة الخليل كان متوسطًا، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للاهتمام بالإطلالات الجديدة لدى عينة من طالبات الجامعات في محافظة الخليل من وجهة نظرهن (2.91) ونسبة مئوية (58.2%).

ويتضح من الجدول (4) أن الفقرات (1، 6) حصلت على أعلى درجة موافقة بالنسبة لمستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات في محافظة الخليل من وجهة نظرهن، حيث نصت الفقرة (1) على: لدي ميل لتعرُّف الموديلات الملابس الجديدة، ونصت الفقرة (6) على: تستهويني متابعة الإطلالات الجديدة عند المشاهير من الفنانين.

في حين أن الفقرات (5، 18): حصلت على أقل درجة لمستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات في محافظة الخليل من وجهة نظرهن، حيث نصت الفقرة (5) على: أحرص على أن أظهر بإطلالة جديدة بين الفينة والأخرى، ونصت الفقرة (18) على: أشعر بالتوتر قبل الاستماع إلى آراء زملائي حول رأيهم في مظهري.

السؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإطلالات الجديدة لدى عينة من طالبات الجامعات في محافظة الخليل تعزى لكل من الجامعة، والسنة الدراسية، والوضع الاقتصادي للأسرة؟

للإجابة عن السؤال الثاني، تم أولا حساب المتوسطات الحسابية والخطأ المعياري لمستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل تعزى لمتغير الجامعة، ومستوى الطالبة، والمستوى الاقتصادي، والجدول (5) يبين المتوسطات الحسابية والخطأ المعياري لمستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات وفقا لمتغير الجامعة، ومستوى الطالبة، والوضع الاقتصادي للأسرة

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والخطأ المعياري لمستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات وفقا لمتغير الجامعة، ومستوى الطالبة، والوضع الاقتصادي للأسرة

	الجامعة	المتوسط الحسابي	الخطأ المعياري
الجامعة	جامعة الخليل	3.00	0.07
	جامعة بوليتكنيك فلسطين	3.19	0.08
مستوى الطالبة	أولى	2.89	0.07
	ثانية	3.38	0.10
	ثالثة	3.09	0.09
	رابعة فما فوق	3.03	0.12
الوضع الاقتصادي للأسرة	منخفض	2.89	0.16
	متوسط	2.84	0.05
	مرتفع	3.15	0.09
	مرتفع جدًا	3.51	0.15

يتبين من الجدول (5) وجود فروق ظاهرية في متوسطات مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل تعزى لمتغيرات الجامعة؛ ومستوى الطالب والوضع الاقتصادي للأسرة. للتحقق من دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الثلاثي، كما هو موضح في الجدول (6).

الجدول (6): يبين نتائج تحليل التباين الثلاثي للفروق في متوسطات مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة تعزى لكل من (الجامعة، ومستوى الطالبة، والوضع الاقتصادي للأسرة) دون التفاعل بينها

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الجامعة (الخليل – البوليتكنيك)	2.30	1	2.30	5.53	0.02**
مستوى الطالبة	10.04	3	3.35	8.06	0.00*
الوضع الاقتصادى للأسرة	10.46	3	3.49	8.40	0.00*
الخطأ	121.30	292	0.42		

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
المجموع	2677.59	300			
المجموع المعدل	139.65	299			

** دالة إحصائيًا عند ($\alpha \leq 0.01$)، * دالة إحصائيًا عند ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول (6) النتائج الآتية:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل تعزى لمتغير الجامعة، حيث يبين الجدول (5) فروقًا في المتوسطات الحسابية، لصالح جامعة بوليتكنيك فلسطين بمتوسط حسابي بلغ (3.19) مقابل (3.00) لجامعة الخليل.

وكذلك أسفرت النتائج عن وجود فروق دالة بين متوسطات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل تعزى لمتغير مستوى الطالبة.

ولإيجاد مصدر الفروق، استخدم اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات الثنائية البعدية للفروق كما هو واضح من خلال الجدول (7).

الجدول (7): نتائج اختبار شيفيه للمقارنات الثنائية للفروق بين متوسطات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل تعزى لمتغير مستوى الطالبة الجامعي

المجال	المقارنات	المتوسط الحسابي	ثانية	ثالثة	رابعة فأعلى
مستوى الطالبة	أولى	2.89	0.49*	0.20*	0.14*
	ثانية	3.38	-----	-----	-----
	ثالثة	3.09	-----	-----	-----
	رابعة فأعلى	3.03	-----	-----	-----

*** الفرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).**

تشير المقارنات الثنائية البعدية وفق الجدول (7) إلى وجود فروق في مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل تعزى لمتغير مستوى الطالبة، حيث كانت الفروق بين طالبات السنة الأولى من جهة، وطالبات السنة الثانية والثالثة والرابعة فأعلى من جهة أخرى، لصالح طالبات السنة الثانية والثالثة والرابعة فأعلى، اللاتي كان اهتمامهن بالإطلالات الجديدة أعلى.

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى عينة من طالبات الجامعات في محافظة الخليل تعزى لمتغير الوضع الاقتصادي للأسرة.

ولإيجاد مصدر الفروق، استخدم اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات الثنائية البعدية للفروق كما هو واضح من خلال الجدول (8).

الجدول (8): نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية بين متوسطات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات في محافظة الخليل وفقًا لمتغير الوضع الاقتصادي للأسرة

المجال	المقارنات	المتوسط الحسابي	متوسط	مرتفع	مرتفع جدًا
الوضع الاقتصادي	منخفض	2.89	-----	.26*	.61*
	متوسط	2.84	-----	.31*	.67*
	مرتفع	3.15	-----	-----	-----
	مرتفع جدًا	3.51	-----	-----	-----

* الفرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05).

تشير المقارنات الثنائية البعدية وفق الجدول (8) إلى وجود فروق في متوسطات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات الفلسطينية في محافظة الخليل وفقًا للوضع الاقتصادي للأسرة، إذ تبين أنّ الفروق كانت دالة بين الطالبات ذوات الوضع الاقتصادي المرتفع والمرتفع جدًا من جهة،

وبين الطالبات ذوات المستوى الاقتصادي المنخفض أو متوسط من جهة أخرى، لصالح الطالبات ذوات المستوى الاقتصادي المرتفع والمرتفع جدًا اللواتي كانت النزعة نحو الإطلالات الجديدة عندهن أعلى.

مناقشة النتائج:

بينت النتائج أن مستوى النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات في محافظة الخليل كان متوسطًا، إذ أنّ الدراسة أجريت في البيئة الفلسطينية، وهي بيئة محدودة من الناحية الاقتصادية، ذات العلاقة بالقدرة الشرائية للطالبات، فليس من المتوقع أن تكون مستويات النزعة نحو الإطلالات الجديدة مرتفعة في ضوء المعطيات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في المجتمع الفلسطيني، عدا عن أن مدينة الخليل تعدّ من التجمعات السكانية المحافظة، وهكذا فإن التغييرات التي تتماشى مع الموضة وتقليعة الإطلالات الجديدة تكون محدودة المدى، فجدلية الصراع بين الرغبة الداخلية، والشعور بالثقة بالنفس التي تمنحها الإطلالات من جهة، واهتمام الإناث بالموضة، والإطلالات كسمة تنتشر بين الإناث في كل المجتمعات، ومن جهة أخرى تتطلب الإطلالات الجديدة الجرأة والخروج عن المألوف في المجتمع، ما يسبب الإقصاء أو النبذ أو الانتقاد الاجتماعي، ويشكل ضغطًا نفسيًا وقلقًا للفتيات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة بارلو ورفاقه (Barlow et al., 2016) التي أوضحت أن الأفراد لا يمتلكون الحرية المطلقة حول أجسادهم وفقًا لمعايير الثقافة في المجتمع، ولا يفضلون الانجراف وراء الإطلالات الجديدة لإرضاء هذا المجتمع، وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع نتائج مونيفا ورفاقها (Moneva et al., 2020) التي هدفت للكشف عن العلاقة بين قلق المظهر الجسدي، والعلاقات الاجتماعية، حيث الخوف من الحكم السلبي على أشكالهم الخارجية، وأن مستويات القلق من المظهر الجسدي تؤثر على نحو كبير في الطلبة وعلاقاتهم الاجتماعية.

وأسفرت النتائج عن أن النزعة مستوى نحو الإطلالات الجديدة بين طالبات الجامعات في محافظة الخليل كان لصالح طالبات جامعة بوليتكنيك فلسطين، ولعل هذه النتيجة تعزى إلى أن جامعة الخليل وفق رسالتها هي جامعة الطلبة الفقراء، فهي تضم كليات تكون فيها الرسوم الجامعية متدنية نسبيًا، بعكس جامعة بوليتكنيك فلسطين التي غالبية طلبتها في كليات الهندسة ذات الرسوم الأعلى، أي أن المستوى الاقتصادي لطلبة البوليتكنيك اعلى من طلبة جامعة الخليل، الأمر الذي أثر في قدرة الطالبات الشرائية، وكذلك الإقبال نحو متابعة الموضة والاهتمام بالإطلالات الجديدة، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة(Vininta, 2019) من حيث ارتباط الموضة بالوضع الاقتصادي المرتفع.

ومن جهة أخرى، فإن التنوع بين طلبة جامعة بوليتكنيك فلسطين أكثر من جامعة الخليل، وذلك لأن الطلبة الذين يرغبون في دراسة الهندسة يأتون من محافظات أخرى، وهذا التنوع الثقافي، بالإضافة لسكن بعض الطالبات في بيئة جديدة عن أماكن سكن أسرهن، وهكذا أدى لأن تكون درجات ميلهن نحو الإطلالات أعلى من طالبات جامعة الخليل اللواتي أغلبهن من محافظة الخليل نفسها، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Kodzoman, 2019) من حيث أن التنوع الثقافي يؤثر في الاهتمام بالموضة.

كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات النزعة نحو الإطلالات الجديدة لدى طالبات الجامعات النظامية في محافظة الخليل تعزى لمتغير مستوى الطالبة، وقد كانت الفروق دالة لصالح الطالبات في السنوات الثانية والثالثة والرابعة، وربما تعزى هذه النتيجة إلى أن طالبات السنة الأولى لا يكون لديهن الدراية الكافية بتقليعات الموضة والإطلالة الجديدة، بسبب انتقالهن من المدرسة إلى الجامعة، إذ أن المدرسة تعتمد على الزي الموحّد للطالبات، ثم سرعان ما تغيّرت اهتماماتهن بعد مضي عام على تعلمهن في الجامعة، وصار لديهن اهتمام بالإطلالات نتيجة تفاعلها اليومي مع طالبات من بيئات مختلفة، بالإضافة إلى نضج الطالبات، وربما الشعور بأهمية جلب الانتباه الذي يكون عبر الاهتمام بالموضة.

إن النزعة نحو الإطلالات الجديدة كان لصالح الطالبات ذات المستوى الاقتصادي المرتفع والمرتفع جدا، ويعزى السبب في هذه النتيجة أن مواكبة الموضة والإطلالات الجديدة تتطلب الكثير من الأموال، حيث أن مساحيق التجميل وكريمات العناية بالبشرة والشعر والأظافر تعدُّ مكلفة مادياً، إضافة إلى تكلفة الأزياء والإكسسوار، كما تعدُّ العائلات الغنية أكثر انفتاحًا، وأكثر متابعة لاعتبارها بأن الموضة والإطلالات الجديدة هي انعكاس لنمط الحياة والرفاهية، واتفقت هذه الرؤيا مع نتيجة دراسة (Vininta, 2019) التي بينت أن هناك علاقة بين الاهتمام بالموضة والإمكانيات المادية.

التوصيات

في ضوء النتائج توصي الدراسة بما يأتي:

- ضرورة رفع مستوى أهمية المظهر الخارجي كهوية فردية، تنطوي على أهمية احترام خيارات الآخرين واهتماماتهم حول إطلالاتهم الشخصية واهتمامهم بمظاهرهم.
- ضرورة العمل على رفع ثقة الفتيات في أنفسهن، وتعميق ثقافة الرضا عن شكل الجسد، ونوع الشعر والبشرة واحترامها، وتوعية الفتيات على اتباع نظام صحي في الغذاء.
- ضرورة الحد من الانجراف وراء مواقع التواصل الاجتماعي والبحث عن الكمال، والحد من المقارنة مع النساء الأخريات، والحد من تقليعة الموضة، واقتناء المناسب لشكل أجسادهن ونوع بشرتهن وميزانيتهن.
- ضرورة إجراء مزيد من الدراسات في بيئات أخرى باستخدام مقياس النزعة نحو الإطلالات الجديدة، وربطه مع متغيرات نفسية وشخصية مختلفة.

المصادر والمراجع

بالخير، ف. (2019). تصور الجسد اجتماعيا. *مجلة الملتقى*، (45)،120-110.

حفينة، ع (2021). *تقرير دولي يرصد تزايد "جراحات التجميل"*. سكاي عربية نيوز. مسترجع من http://bit.ly/31Mf5yY

حمزة، ر.، وعبد المحسن، ن.، وشيحان، ن. (2018). *صورة الجسم لدى طلبة المرحلة الإعدادية*، رسالة

الطوير، ن، والتومي، أ. (2016). *تجنب صورة الجسم والتجنب الاجتماعي وعلاقتهما بتقدير الذات*، رسالة ماجستير، جامعة المرقب- كلية الآداب، قسم علم التربية وعلم النفس.

عبد الفتاح، و. (2019). صورة الجسم وعلاقتها بالتوجه نحو الحياة لدى عينة من طالبات الجامعة المتزوجات وغير المتزوجات. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 3(13)، https://doi.org/10.26389/AJSRP.W291218 .

مصطفى، س. (2018). صورة الجسد لدى المراهقين والمراهقات دراسة مقارنة، مجلة *جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية*، (10)، 257- 287.

References

Ajmal, A. (2019). The impact of body image on self-esteem in adolescents. Clinical and Counselling Psychology Review. 1(1). 44-54. Jan 2022 from: http://dx.doi.org/10.32350/ccpr.11.04 [In Arabic].

Ajwani, T. (2020). The psychology of dressing: body image. The International Journal of Indian Psychology, 8(3), 1348-1356. DOI: 10.25215/0803.139.

Altwair, N. & Attomi, A. (2016). *Avoiding body image and social avoidance and their relationship t n o self-esteem*, Master's thesis, Al-Markab University - College of Arts, Department of Education and Psychology. [In Arabic].

Balkheir, F. (2019). *Visualize the body socially*. Al-Multaqa Magazine, (45), 110-120. [In Arabic].

Barlow, D., Durand V. & Hofmann, S. (2016). *Abnormal psychology: An integrative approach*. Cengage learning. Wadsworth, USA

Duje, K. (2019). The psychology of clothing: meaning of colors, body image and gender expression in fashion. *Textile & Leather Review 2(2).* DOI:10.31881/TLR.2019.22

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. Fort Worth, TX: Harcourt Brace.

Hafetha, A. (2021). *An international report that monitors the increase in "plastic surgeries*", and this is the order of countries, *Sky News Arabia*. Retrieved on 20/04/2021 http://bit.ly/31Mf5yY. [In Arabic].

Hamza, R., Abdel Mohsen, N., & Shehan, N. (2018). *Body image for middle school students*, BA degree, College of Arts, University of Al-Qadisiyah, Iraq. [In Arabic].

Lang, C., Wei, B. (2019). Convert one outfit to more looks: factors influencing young female college consumers' intention to purchase transformable apparel. Fash Text 6, 26 https://doi.org/10.1186/s40691-019-0182-4.

Marks, M., Zaikman, Y (2015). The Influence of Physical Appearance and Personality on the Exhibition of the Sexual Double Standard. Sexuality & Culture. Retrieved on 11th of Jan 2022 from: https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12119-015-9319-9

Moneva, J., Justine, R. & Geñorga, M. (2020). Physical Appearance Anxiety and Social Relations. *International Journal of Social Science Research, 8*(1), 99-116. DOI:10.5296/ijssr.v8i1.16564.

Mustafa, S. (2018). Body image among male and female adolescents, a comparative study, *Fayoum University Journal of Educational and Psychological Sciences*, (10), 257-287. [In Arabic].

Ronald, C. (2014). *Abnormal Psychology*. Seventh Edition. New York: Worth Publishers.

Scott, J. (2018). Fashion and positive psychology: interactions between clothing, mood, self-concept, and well-being. Master thesis. Ryerson University. Canada.

Simon, P. (2021, April 30). Physical Appearance Perfectionism, Instagram Addiction, Body Esteem. Retrieved from osf.io/nvh69.

Smith, R. (2017). *Flourishing fashion: An interpretive phenomenological analysis of the experience of wearing a happy outfit.* Unpublished Master's Thesis. University of East London, London, United Kingdom.

Venkatesh J, Vivekanandan. K. & Balaji. D. (2012). Relationship among emotions, mood, personality and clothing: an exploratory study. Elixir Psychology 45, 7923-7926

Vinita, B. Impact of fashion interest, materialism and internet addiction on e-compulsive buying behavior of apparel. Journal of Global Fashion Marketing, 9(1), 60-80. https://doi.org/10.1080/20932685.2018.1544502

Weber, S. & Weber, O. (2022). How fashionable are we? Validating the fashion interest scale through multivariate statistics. Sustainability, 14(1946). https://doi.org/ 10.3390/su14041946.