دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الملبسي لدى الطالبات الجامعية

The role of social networks in the development of awareness of the clothing of university students

د/أميرة عبدالله نور الدين

أستاذ النسيج والملابس المساعد – كلية التربية النوعية

قسم الاقتصاد المنزلي –جامعة المنصورة

مقدمة البحث:-

لقد أحدث الاتصال التفاعلي عدة تغيرات على أركان العملية الاتصالية ، وترجع قوة هذه التغيرات الى الامكانات الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي والتي تتيح للجمهور أن يتواصل معها والمقدرة على الاستغلال الأمثل لموارد التواصل المتوفرة بوسائل الاعلام.

بل إن قوة شبكات التواصل الاجتماعي تكمن في طريقة تعامله مع المعلومة ونشرها ، مما له الأثر الأكبر على عملية توجيه الرأي على الجماهير ، وقد ساهمت الشبكة العنكبوتية (الانترنت) في اتساع ونشر ذلك بالعالم، وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الاكثر انتشاراً على شبكات الانترنت ، لما تمتلكه من خصائص تشجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال عليها ، والتأثير على القيم السياسية والدينية والاجتماعية ونشر نمط سلوكي وثقافي واجتماعي وملبسي ينتهجه الفرد أو المجتمع.

فالملابس من نعم الله على الإنسان ، لذا فإن الله عدها وذكرها في القران الكريم ، ولهذا قال الله تعالى ممتناً على عباده بهذه النعمة (يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاساً يُوَارِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيشاً وَلِبَاسُ التَّقْوَىَ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ) "الأعراف: الآية ٢٦"

والإنسان يجب أن يتمتع بالحكمة والمنطق ويفكر في الصورة التي يريد أن يعكسها عن نفسة ويتركها في أذهان الآخرين عنه ، فطريقة اختيار الملابس تُخبر الآخرين بأشياء كثيرة عنا ، والشخص لابد أن يسأل نفسة عن المكان الذي سيذهب إليه ، وعن الأشخاص الذين سيقابلهم ومن ثمَ يُقرر ما هي الملابس والخامات والألوان المناسبة. **(Bartara,g,2002:34)**

بل إن التأكيد على نشر الوعي الملبسي للفرد والمجتمع من خلال إبراز القيم الجمالية والنفعية للملابس في إطار العادات والتقاليد وعدم السعي وراء الموضة والتقاليع إلا فيما يساير المجتمع.**(Frey colon,2000:95)**

فلكل مجتمع ملابسة التي تنبثق من ثقافته ، لكن مع تطور الحضارات وظهور شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع أصبحنا نرتدى الملابس الحديثة ونتبع خطوط الموضة دون الحفاظ على الوعى الملبسى والهوية العربية والاسلامية .

من هذا المنطلق جاءت فكرة البحث لدراسة الدور الذي يمكن أن يلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعى الملبسي لدى طالبات الجامعة ، وكذلك اكساب الطالبات العديد من المعلومات عن الوعي الملبسي وتنمية لديهن الاستخدام الأمثل لوسائل شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي .

مشكلة البحث:-

انطلاقا من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي سواء الإيجابي أو السلبى على الفرد والمجتمع لدرجة تمكنه من اختراق عاداتنا وتقاليدنا في ارتداء الملابس ، جاءت فكرة البحث تهدف إلى أهمية نشر الوعى الملبسي لدى طالبات الجامعة من خلال شبكات شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على هويتنا العربية والاسلامية ، وكذلك تكوين اتجاهات ايجابية نحو شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالبات بالجامعات.

وبذلك تتلخص مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:-

١-ما هي مجالات الوعي الملبسي ؟

٢-ما هي المفاهيم والأسس الازمة للوعى الملبسى؟

٣-ما مدى فعالية نشر المفاهيم عن الوعى الملبسى لدى للطالبات؟

أهداف البحث:-

يهدف البحث الحالي إلى:-

١-تحديد أبعاد ومجالات الوعى الملبسى.

٢-الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعى الملبسى.

٣-دراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطالبات.

أهمية البحث:-

١-الاسهام في نشر الوعي الملبسي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

٢-تقديم تصور جديد ومفيد لشبكات التواصل الاجتماعي.

٤-تنمية التعلم الذاتي لدى الطالبات في اكتساب بعض مهارات الوعي الملبسي.

٥-الحفاظ على الهوية العربية والزى الاسلامي لدى طالبات الجامعة.

فروض البحث:-

١- لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس القبلي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي قبل التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (:واتس أب -سناب شات) .

٢- توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس البعدي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي بعد التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب -سناب شات) .

٣- توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لمقياس الاتجاه نحو الوعى الملبسي لصالح التطبيق البعدي للمقياس
٤- تكّون اتجاهات إيجابية نحو الوعي الملبسي لدى طالبات مجموعة البحث من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب -سناب شات) .

إجراءات البحث:-

١-منهج البحث:

استخدم البحث الحالي المنهج الوصفي عند إعداد الإطار المعرفي والمهارى للوعي الملبسي، وكذلك تم استخدام المنهج التجريبي للكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الملبسي لدى الطالبات الجامعية.

٢-أدوات البحث:-

- إعداد قائمة أبعاد الوعي الملبسي.
- الاختبار تحصيلي لقياس مدى الوعي الملبسي الطالبات.
- إعداد مقياس اتجاه للوعي الملبسي.
- استبانة تقييم آراء الطالبات نحو الوعي الملبسي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي .

٣-عينه البحث:-

تم اختيار عينة عشوائية من طالبات جامعة الملك خالد بكليات مجمع الملك عبدالله بأبها (خمس كليات: وهى كلية العلوم والآداب والتربية والمجتمع) واستبعاد كلية الادارة والاقتصاد المنزلي وذلك لأن الوعى الملبسي جزء من تخصصهم (النسيج والملابس) ، وتم استخدام أسلوب المسح بالعينة نظراً لصعوبة المسح الشامل بواقع ٥٠ طالبة من كل كلية بمجموع (٢٠٠ طالبة) وتم تطبيق الاختبار التحصيلي ومقياس الاتجاه عليهن ، أما استبانة تقييم آراء الطالبات فتم تطبيقها على عينة بلغت (١٧٧) طالبة حيث تم توزيع ٥٠ استبان لكل كلية وتم استبعاد ٢٣استمارة لعدم اكتمال البيانات .

٤-الخطوات التنفيذية:-

شملت خطوات البحث خمس مراحل:-

أولا: - الاطلاع علي الدراسات السابقة والمراجع لتحديد مجالات الوعي الملبسي.
- تحديد مجالات الوعي الملبسي.

ثانيا: - بناء قائمة الوعي الملبسي مدعمه بالوسائل التوضيحية والزمن المقترح
- تقييم القائمة من السادة المحكمين
- بناء أدوات تقييم الوعي الملبسي

ثالثا :الدراسة الاستطلاعية:-

- تم تطبيق قائمة أبعاد الوعي الملبسي وأدوات التقييم علي عينة مكونه من عشر طالبات لكل كلية بمجموع ٤٠ طالبة للتأكد من ثبات أدوات البحث وحساب زمن أداء الاختبار ومقياس الاتجاه .

رابعا: إجراء الدراسة التطبيقية من خلال:-
- تطبيق أدوات تقويم الوحدة قبليا علي عينة الدراسة.
- عرض قائمة ابعاد الوعي الملبسي باستخدام شبكات التواصل التفاعلية
- تطبيق أدوات التقييم بعديا.

خامسا:-
- جمع النتائج ومعالجتها إحصائيا.
- تفسير النتائج والتوصيات.

مصطلحات البحث:-

١-شبكات التواصل الاجتماعي:-

هي شبكات إلكترونيّة مبنيّة على أُسُس مُعيَّنة؛ تُمكِّن النّاس من التّعبير عن أنفسهم، والتعرُّف على أشخاص آخرين يُشاركونهم الاهتمامات نفسها، ويُمكن القول بأنَّ شبكات التّواصل الاجتماعيّ هي عبارة عن مجتمعات افتراضيّة تُمكِّن مُستخدِميها من مشارَكة الأفكار والاهتمامات، بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة.

(Social network, Computer Hope, Retrieved 18-4-2017 .Edited.)

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكات على الشبكة العنكبوتية تجمع ذوي الاهتمامات المشتركة أو التخصصات الشبيهة، وتتيح لهم التواصل، والاتصال فيما بينهم بما في ذلك مشاركة الملفات والصور ومقاطع الفيديو فضلاً عن إنشاء المدونات أو إرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية، وغير ذلك من خدمات.(نوره ابراهيم ،٢٠١٤)

٢-الوعي الملبسي:-

الوعي :-

هو شحنة وجدانية قوية تتحكم في كثير من مظاهر السلوك لدى الفرد ويتم تكوين الوعي من خلال العمل التربوي في مختلف مراحل التعلم وكلما كان الوعي أكثر نضوجا وثباتا كان ذلك أكثر فاعلية لدعم وتوجيه السلوك الرشيد في الاتجاه المرغوب فيه.

(أحمد اللقاني ،١٩٩٩، صـ٢)

الملبس:-

يعني الملابس التي تغطي الجسم كلة وأنواعها المختلفة منها الداخلية والخارجية هو الشيء المنسوج من الشعر أو الصوف أو القطن أو جلد الحيوانات . **(علية عابدين ،٢٠٠٠،صـ٥٤)** ما يغطي الجسم ويستره أو ما لبس معين أو ما هو خاص بمهنة أو وظيفة.

(المُنجد،٧٧،٢٠٠٠)

الوعي الملبسي:-

التزويد بالمعلومات والمهارات والخبرات من خلال المفهوم المتكامل الواضح لكثير من جوانب العملية التعليمية المتعلقة بفن الملبس ،والتعرف علي أهمية الملابس بالنسبة للفرد وأنواعها داخل المنزل وخارجة ،و أساليب اختيار الملابس. **(أمل الفيومي ،علا يوسف (٢٠٠٧)**

الدراسات السابقة:-

تم تقسيم الدراسات السابقة الى محورين:-

المحور الأول : دراسات تناولت الوعى الملبسي .

(١) دراسة : رشدي عيد ومحمد السيد (٢٠٠٠)بعنوان :-

"**دراسة إدراك طالبات الجامعة لأسس اختيار ملابسهن**"

هدفت الدراسة إلى:- دراسة إدراك طالبات الجامعة لأسس اختيار ملابسهن ، وتم التطبيق على طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- أن طالبات شعبة الاقتصاد المنزلي من أفضل الطالبات من حيث المعلومات العامة في مجال الملابس ، وكذلك من حيث إدراكهن لأسس اختيار ملابسهن ، ومن حيث ثقافتهن الملبسية ، وقد اظهرت النتائج أن السبب يرجع إلي نوعية الدراسة والتي تتضمن مقررات عديدة تساعدهن في ذلك ومنها مقرر أسس التصميم والملابس الخارجية للسيدات والتذوق الملبسي.

(٢) دراسة : لطيفة بارك (٢٠٠١) بعنوان :-

دراسة السلوك الملبسي لدي الفتيات المراهقات بمحافظة جدة"

هدفت الدراسة إلى:- دراسة السلوك الملبسي لدى الفتيات المراهقات بمحافظة جدة ، وتم ذلك من خلال مقابلة شخصية وتطبيق استبيانه علي عدد من الفتيات المراهقات في نهاية المرحلة الثانوية وبداية المرحلة الجامعية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- أن نسبة كبيرة من طالبات الجامعة يرغبن في التميز بين الأخرين عن طريق ملابسهن ، كما أنهن يحرصن علي تتبع الموضة، ويحرصن علي التغيير المستمر في ملابسهن ، وأن طالبات الجامعة يملن إلي ارتداء الملابس التي تشعرهن بإعجاب الأخرين أكثر من طالبات الثانوي .

(٣) دراسة : هدى التركي (٢٠٠٢)بعنوان :-

" **أثر وسائل الإعلام علي طالبات المرحلة الجامعية عند اختيار ملابسهن**"

هدفت الدراسة إلى:- دراسة أثر وسائل الإعلام علي طالبات المرحلة الجامعية عند اختيار ملابسهن ، وتم تطبيق استبيان للطالبات لقياس ما مدى تأثير وسائل الاعلام على الطالبات في اختيار ملابسهن .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير علي اختيار طالبات المرحلة الجامعية ملابسهن.

(٤) دراسة : علا يوسف ، هدي سلطان(٢٠٠٦)بعنوان :-

"**دراسة مدي وعي الطالبات بالبعد البيئي لملابسهن**"

هدفت الدراسة إلى:- إلي دراسة مدي وعي الطالبات بالبعد البيئي لملابسهن ، وتم تطبيق استبيان للطالبات لقياس ما مدي وعي الطالبات بالبعد البيئي لملابسهن.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- انخفاض وعي الطالبات بتأثير نوع الخامة ، والتصميم ، والتجهيزات علي صحة الفرد وانخفاض الوعي بأهمية وجود البطاقة الارشادية وعدم وعيهن لبعض بنودها.

(٥) دراسة : زينب محمد ، وجيلان جمعه (٢٠١١)بعنوان :-

"برنامج لتنمية الوعي بالنسيج لدى الطالبات بالمرحلة الجامعية بقسم الاقتصاد المنزلي بالمملكة العربية السعودية "

هدفت الدراسة إلى:- وضع برنامج تدريبي لطالبات الجامعية بقسم الاقتصاد المنزلي بالملكة العربية السعودية وقياس فاعليه المساهمة في تحقيق الذوق الملبسي والقدرة على حسن اختيار النسيج ،والتعريف بالمفاهيم والاتجاهات الحديثة بالنسيج والملابس.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- تدريب الطالبات الجامعية بقسم الاقتصاد المنزلي بالملكة العربية السعودية على تنمية الوعي بالنسيج وقياس فاعليه المساهمة في تحقيق الذوق الملبسي والقدرة على حسن اختيار النسيج ،والتعريف بالمفاهيم والاتجاهات الحديثة بالنسيج والملابس.

المحور الثاني:- دراسات تناولت شبكات التواصل الاجتماعي:-

(١) دراسة : رامي حسين (٢٠١٢)بعنوان :-

"دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني دراسة ميدانية على طلبة الجامعة في قطاع غزة"

هدفت الدراسة إلى:- التعرف إلى الدور الذي يقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني في قطاع غزة ، وطبقت الدراسة علي عينة من الطلبة في الجامعات الفلسطينية وهي (جامعة الازهر – الجامعة الاسلمية – وجامعة الأقصى وجامعة فلسطين.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- إلى أن الفيس بوك أكثر وسائل شبكات التواصل الاجتماعي استخداما لدى المبحوثين من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة ،يليه في المرتبة الثانية البريد الالكتروني ثم اليوتيوب وبنسب متفاوتة توتير والمدونات، وكذلك أن الطلبة يثقون في شبكات التواصل الاجتماعي للحصول علي المعلومات وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الثقافة السياسية الفلسطينية لدي المبحثين ،وأوضحت الدراسة أن للأعلام التفاعلي دورا إيجابيا في تشكيل الثقافة السياسية لدي المبحثين من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

(٢) دراسة : حيدر محمد زين (٢٠١٢)بعنوان :-

"دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي"(دراسة علي عينة من الشبكات الإلكترونية (الفيس بوك – توتير)

هدفت الدراسة إلى:- التعرف علي مظاهر تطور الاتصال في القرن الحادي والعشرين ، التعرف علي شبكات التواصل الاجتماعي والعوامل التي أدت إلى ظهوره والوقوف علي دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير الاجتماعي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- أن الشبكات الاجتماعية قد ساهمت في عملية التغيير الاجتماعي ،كذلك يتأثر السلوك الاجتماعي للأفراد بمقدار التعرض للشبكات الاجتماعية ، وفئة الشباب هي الفئة العمرية الأكثر تعرضا وتأثرا بمضمون الشبكات الاجتماعية.

(٣) دراسة : أمين علي عبد الحمن (٢٠١٣)بعنوان:-

"فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية"(دراسة تطبيقية علي عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في ولاية الخرطوم)

هدفت الدراسة إلى:- التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي ومراحل تطوره ،ودراسة فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي علي الحياة الاجتماعية واتجاهات الرأي العام في ولاية الخرطوم ، ومعرفة مؤشرات تغير القيم الاجتماعية وإمكانية حدوث التغير الاجتماعي ، واقتراح حلول عملية وتقديم توصيات لكيفية الاستفادة من إيجابيات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي وتلافي السلبيات.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- انتشار استخدام شبكات الانترنت التفاعلية وسيطرتها علي الساحة الاعلامية في ولاية الخرطوم، وأن القيم الاجتماعية في ولاية الخرطوم تتأثر وتتغير بشبكات التواصل الاجتماعي ،وتم وضع خطط وبرامج فاعلة لاستغلال سيطرة الشبكات الإجتماعية علي الساحة الاعلامية في توجيه المجتمع نحو القيم الفاضلة.

(٤) دراسة : نورة ابراهيم الصويان (٢٠١٤)بعنوان:-

"تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي"(دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي)

هدفت الدراسة إلى:- التعريف على حجم استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر والفيس بوك) والتعرف على أسباب دخول الشباب على شبكات التواصل وكذلك التعرف على صور استخدام الشباب لشبكات التواصل والتعرف علي الأثار الاجتماعية لشبكات التواصل علي الشباب .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:- تعدد استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ، وارتفاع تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على ثقافة الشباب السعودي وتنوعت هذه التأثيرات ما بين الايجابية والسلبية ، وأظهرت النتائج أن ابرز شبكات التواصل استخداما هي التويتر والفيس بوك لعرض وجهات نظرهم وأراءهم.

التعليق على الدراسات السابقة :-

بعد إطلاع الباحثة على الدراسات السابقة وجدت أنها قد أوضحت كيفية إدراك طالبات الجامعة لأسس اختيار ملابسهن بالإضافة إلى دراسة السلوك الملبسي لدى الفتيات ، ودراسة أثر وسائل الإعلام على طالبات المرحلة الجامعية عند اختيار ملابسهن، بالإضافة إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي على التغير السياسي والاجتماعي ، كذلك التعريف بحجم استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي (التويتر والفيس بوك)

وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في دراسة الدور الذي يمكن أن يلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعى الملبسي لدى طالبات الجامعة ، وكذلك اكساب الطالبات العديد من المعلومات عن الوعي الملبسى وتنمية لديهن الاستخدام الأمثل لوسائل شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسـة التجريبيـة :-

أولاً :إعداد قائمه بمجالات الوعي الملبسي :-

- **تحديد مجالات ومتطلبات الوعي الملبسي:-**

بعد الاطلاع على الكتب والمراجع والدراسات السابقة المتعلقة بالوعي والتثقيف الملبسي تم تحديد مجالات ومتطلبات الوعي الملبسي.

- **وضع تصور مقترح لتطبيق قائمة مجالات الوعي الملبسي:-**

تم وضع تصور مقترح لتطبيق قائمة مجالات الوعي الملبسي ملحق (١) من حيث مجالات الوعي الملبسي وعناصر كل مجال والوسائل التوضيحية بكل مجال ملحق (٢)

- **تحكيم قائمة متطلبات الوعي الملبس من السادة المحكمين:-**

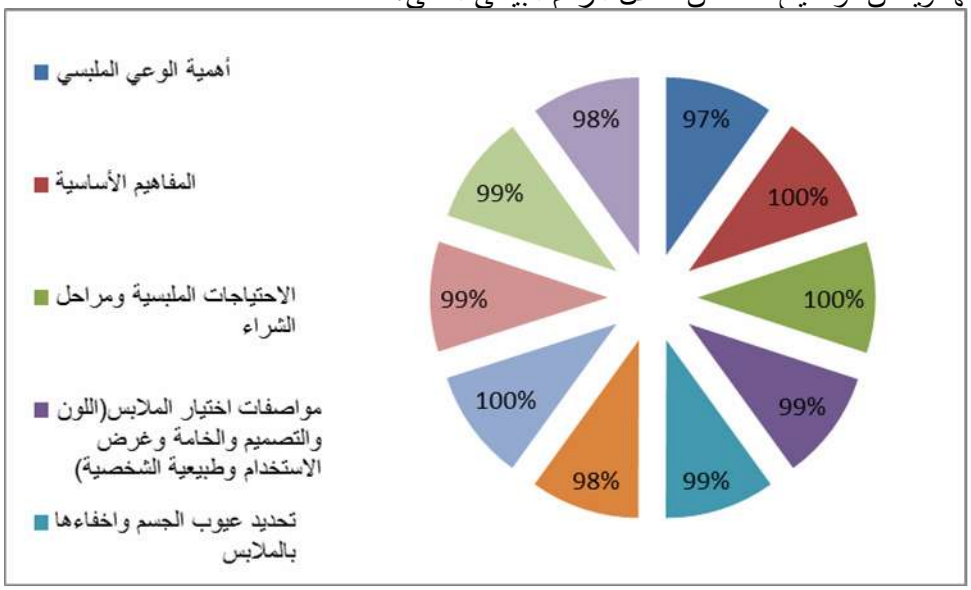
تم عرض القائمة المقترحة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين. ملحق (٦) للتأكد من مدى صلاحية القائمة من الناحية العلمية والفنية وإبداء آرائهم في مجموعة من العناصر الآتية:-

- الوضوح.
- الصياغة.
- استخدام مصطلحات علمية صحيحة.
- التسلسل.
- ملائمة الوسائل التوضيحية.

جدول (١) النسبة المئوية لاتفاق آراء الخبراء حول محاور الوعي الملبسي

م	محاور الوعي الملبسي	النسبة المئوية
١	أهمية الوعي الملبسي	%٩٧
٢	المفاهيم الأساسية	%١٠٠
٣	الاحتياجات الملبسية ومراحل الشراء	%١٠٠
٤	مواصفات اختيار الملابس(اللون والتصميم والخامة وغرض الاستخدام وطبيعية الشخصية)	%٩٩
٥	تحديد عيوب الجسم واخفاءها بالملابس	%٩٩
٦	العناية بالملابس باستخدام البطاقة الارشادية	%٩٨
٧	تدوير الملابس المستعملة	%١٠٠
٨	الموضة والحفاظ على التراث	%٩٩
٩	مكملات الملابس	%٩٩
١٠	تنظيم دولاب الملابس	%٩٨

يوضح الجدول السابق آراء السادة المحكمين حول تحديد محاور الوعي الملبسي ، فنجد أن النسبة المئوية لاتفاق آراء المحكمين تراوحت ما بين (٩٧% إلى ١٠٠%) وبذلك تكون الاستمارة صالحة للتطبيق وهو مايسمى بصدق المحتوى، حيث أجمع الأساتذة المتخصصين على صلاحية القائمة للتطبيق مع إبداء بعض الملاحظات والمقترحات التي تم اضافتها،ويمكن توضيح ذلك من خلال الرسم البياني التالي:-



شكل(١) يوضح النسبة المئوية لاتفاق آراء الخبراء حول محاور الوعي الملبسي

٣-طرق التقييم

- الاختبار التحصيلي لقياس مدى الوعي الملبسي الطالبات.
- مقياس للوعي الملبسي.
- استبانة تقييم آراء الطالبات نحو الوعي الملبسي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي.

ثانيا: الدراسة الاستطلاعية:-

أ- أهداف الدراسة الاستطلاعية:-

- التأكد من صدق وثبات أدوات البحث.
- حساب متوسط زمن الاختبار التحصيلي.

ب- عينة الدراسة الاستطلاعية:-

قامت الباحثة بتجريب الاختبار القبلي وعرض قائمة مجالات الوعي الملبسي علي عينة استطلاعية مكونة من أربعين طالبة من طالبات جامعة الملك خالد (عشر طالبات من كل كلية من كليات المجمع) وذلك بطريقة عشوائية.

ج- خطوات إجراء الدراسة الاستطلاعية:-

- تم عمل قروب لعينة الدراسة الاستطلاعية.
- تحديد ميعاد الميعاد والمكان المناسب.
- تطبيق الاختبار التحصيلي القبلي.
- عرض قائمة بمجالات الوعي الملبسي.

ثالثا: صدق وثبات أدوات البحث:-

أ- خطوات إعداد الاختبار:

- تحديد الهدف من الاختبار وهو قياس مدى الوعي الملبسي للطالبات بمجالات الوعي الملبسي قبليا وبعدياً.
- صياغة أسئلة الاختبار مع مراعاة الشمولية والوضوح وبلغ عدد الاسئلة ثلاث ومجموع الدرجات ١٠٠ درجة ملحق (٣)
- إعداد مفتاح التصحيح.

ب- صدق وثبات الاختبار التحصيلي:-

- **صدق المحتوى:-**

للتعرف على مدى صلاحية الاختبار التحصيلي لمحتوى مجالات الوعي الملبسي تم عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين لتحديد مدى تغطية الاختبار لمجالات الوعي الملبسي.

وقد أجمع المحكمون المتخصصون على صلاحية الاختبار مع إبداء بعض المقترحات التي تم تعديلها وفقاً لآرائهم.

٣-الثبات:-

تم التأكد من ثبات الاختبار التحصيلي باستخدام طريقة إعادة الاختبار، حيث تم تطبيق الاختبار على الطالبات بعد التعلم وقد أُعيد تطبيق نفس الاختبار مرة أخرى على نفس العينة بعد أسبوعين من تاريخ التطبيق الأول ، وقد تم حساب معامل ارتباط درجات الطالبات في الاختبارين ، حيث بلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩٢) وهى قيمة تدل على ثبات الاختبار التحصيلي.

ج-خطوات اعداد مقياس الاتجاه:-

- تحديد الهدف من المقياس وهو قياس اتجاهات الطالبات نحو الوعي الملبسي قبليا وبعديا.
- صياغة مفردات المقياس مع مراعاة الشمولية والوضوح وبلغ عدد الاسئلة سته عشر ومجموع الدرجات ٩٦ درجة ملحق (٤)
- إعداد مفتاح التصحيح حيث شمل على ١٠ للعبارة الايجابية(٣درجات لموافقة ودرجتان لحد ما ودرجة واحدة لغير موافقة) و٦ للعبارة السلبية و(٣درجات لغير موافقة ودرجتان لحد ما ودرجة واحدة لموافقة)

د- صدق وثبات مقياس الاتجاه نحو الوعي الملبسي:-

الصدق:-

تم عرض مقياس الاتجاه على مجموعة من المحكمين المتخصصين بهدف التحقق من صدق محتواه ومدى مناسبة عبارات المقياس لأهدافه ، مدى السلامة اللغوية لبنود المقياس، مدى مناسبة توزيع العبارات (ايجابية – سلبية) داخل المقياس ، وكان لهم بعض المقترحات الخاصة بترتيب بعض البنود وإعادة صياغة بعض العبارات وقد أخذت الباحثة بها عند كتابة مقياس الاتجاه بصورته النهائية وكانت نسبة الاتفاق بين المحكمين ٩١.٦% وهي نسبة مرتفعة جعلت مقياس التقدير صالح للتطبيق.

الثبات:-

تم حساب معامل الثبات باستخدام معادلة ألفا " كرون باخ" وجاء الارتباط بقيمة ٠.٨٨٦ وهى قيمة دالة احصائياً تدل على الثبات المرتفع لمقياس التقدير.

هـ- استبانة تقييم آراء الطالبات نحو الوعي الملبسي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي .

- إعداد الاستبانة ومدى صدقها :-

بعد الاطلاع على الكتب والرسائل العلمية المتخصصة قام الباحثة بإعداد مبدئي لبنود الاستبانة ، ثم قامت بعرضها على عدد من الأساتذة المحكمين للتأكد من مدى ملائمة بنود الاستبانة للغرض الذي وُضع من أجله البحث ، وبناء اً على توجيهات السادة المحكمين تم إجراء بعض التعديلات من حيث إضافة أو حذف بعض البنود حتى أصبحت الاستبانة في شكلها النهائي. ملحق (٥)

رابعاً :إجراءات الدراسة التجريبية:-

- بعد اطلاع الباحثة على الدراسات والاحصائيات التي توضح أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما بالمملكة وجدت من بينها (الواتس أب وسناب شات) فقامت باستخدام الموقعين كوسيله للإعلام التفاعلي لتطبيق قائمة الوعي الملبسي المقترحة.
- قامت الباحثة بعمل قروب لكل كلية (٥٠ طالبة لكل كلية) من كليات مجمع الملك عبدالله (كلية العلوم والآداب والمجتمع والتربية) على الواتس أب واضافتهم بسناب شات وذلك لسهولة التواصل معهم وتحديد مواعيد عرض قائمة مجالات الوعي الملبسي.
- تم عرض قائمة مجالات الوعي الملبسي على عينة البحث بعد تحديد الموعد المناسب لكل قروب
- بعد الانتهاء من القائمة المقترحة لمجالات الوعي الملبسي والإجابة على كافة الاسئلة واستفسارات الطالبات تم تحديد موعد الاختبار وتطبيق مقياس الاتجاه و استبانة تقييم آراء الطالبات نحو الوعي الملبسي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي.

خامساً: نتائج البحث (تحليلها وتفسيرها):-

الفرض الأول:-

"لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس القبلي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي قبل التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات)" ، ولاختبار صحة هذا الفرض قامت الباحثة باستخدام اختبارات للقيم المحددة سلفا.(Moskowitz and Wright,1985)

ويوضح جدول(٢)حد الكفاية المحدد بالبحث وقيمة ت في حالة اختبار الوعي الملبسي قبل اجراء التجربة كما يلي:-

جدول(٢)

حد الكفاية والمتوسط ونسبته المئوية والانحراف المعياري وقيمة ت لطالبات (عينة البحث) (ن= ٤٠)

الاختبار	الدرجة	حد الكفاية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية للمتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
الاختبار ككل	١٠٠	٨٥	٣٥	%٣٥	١.٤	٨٩.٤٤	٠.٣٢٣غير دال

اتضح من الجدول السابق أنه بلغ متوسط درجات الطالبات عينة الدراسة على اختبار الوعي الملبسي (٣٥درجة) بنسبة تعادل (٣٥%) من الدرجة الكلية للاختبار ، مما يدل على تدني المستوى العام للوعي الملبسي ، وبلغت قيمة ت لمتوسط درجات الطالبات على المقياس الكلي (٨٩.٤٤) وحيث أن قيمية ت(٠.٣٢٣) وهي غير دالة مما يوكد علي صحة الفرض الأول والذي ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس القبلي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي قبل التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات).

الفرض الثاني:-

توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس البعدي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي بعد التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات)".

تم حساب المتوسط الحسابي ونسبته المئوية والانحراف المعياري لدرجات الطالبات (عينة البحث) ، وحساب دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات باستخدام قيمة (ت) لمتوسطين مرتبطين ويوضح جدول(٣) النتائج كما يلي:-

جدول (٣)

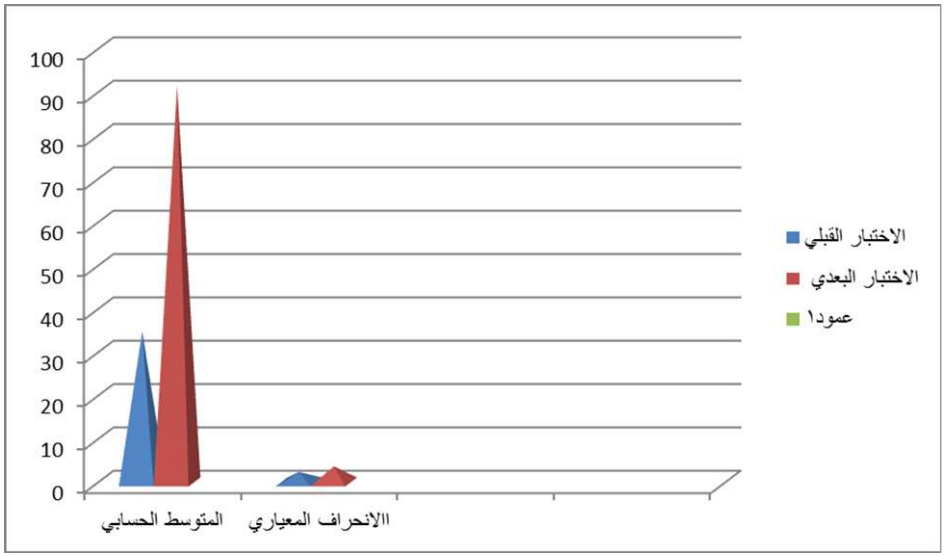
قيمة (ت) لدلالة الفروق لدرجات طالبات (عينة البحث) في الاختبار القبلي والبعدي للاختبار التحصيلي (ن=٢٠٠)

البيان	الدرجة الكلية	الاختبار القبلي		الاختبار البعدي		معامل الاختلاف	قيمة ت	مستوي الدلالة
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			٠.٠١ دالة إحصائياً
الاختبار التحصيلي	١٠٠	٣٤.٨	٢.٣	٩١.٤	٣.٦	٣.٩	٨.٣	

من الجدول السابق يتضح أن قيمة "ت" بلغت (٨.٣) وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى (٠.٠١) لصالح التطبيق البعدي ، حيث بلغ متوسط درجات القياس القبلي(٣٤.٨) في حين بلغ متوسط درجات القياس البعدي (٩١.٤) ويدل ذلك على ارتفاع مستوى تحصيل الطالبات.

وفي ضوء هذا التحليل يتضح أن قائمة الوعي الملبسي التي تم عرضها على الطالبات من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب–سناب شات) قد حققت فعالية في إكساب الطالبات (عينة البحث) المعلومات الكافية مما يؤكد تحقق صحة الفرض الثاني الذي ينص على أنه " توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس البعدي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي بعد التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات)".

وفيما يلي الرسم البياني الذي يوضح الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي في الاختبار التحصيلي:-



شكل(٢) يوضح الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي في الاختبار التحصيلي

الفرض الثالث:-

" توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لمقياس الاتجاه نحو الوعى الملبسي لصالح التطبيق البعدي للمقياس".

تم حساب المتوسط الحسابي ونسبته المئوية والانحراف المعياري لدرجات الطالبات (عينة البحث) ، وحساب دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطالبات باستخدام قيمة (ت) لمتوسطين مرتبطين ويوضح جدول(٤) النتائج كما يلي:-

جدول (٤)

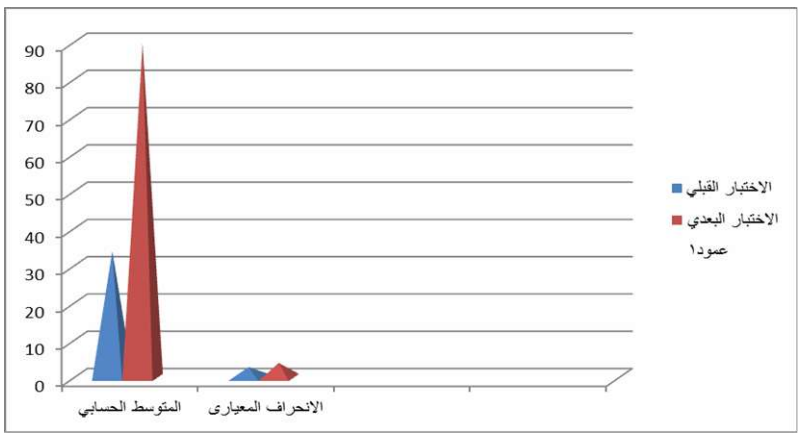
قيمة (ت) لدلالة الفروق لدرجات الطالبات (عينة البحث) في الاختبار القبلي والبعدي لمقياس الاتجاة (ن=٢٠٠)

البيان	الدرجة الكلية	الاختبار القبلي		الاختبار البعدي		معامل الاختلاف	قيمة ت	مستوي الدلالة
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			٠.٠١ دالة إحصائياً
مقياس الاتجاه	٩٦	٣٣.٩	٢.٨	٨٩.٧	٣.٩	٣.٧	٨.١	

من الجدول السابق يتضح أن قيمة (ت) بلغت(٨.١) وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوى (٠.٠١) لصالح التطبيق البعدي ، حيث بلغ متوسط درجات القياس القبلي(٣٣.٩) في حين بلغ متوسط درجات القياس البعدي(٨٩.٧) ويدل ذلك علي ارتفاع اتجاه الطالبات.

وفي ضوء هذا التحليل يتضح أن عرض قائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات) قد حققت فعالية في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي في مقياس الاتجاه نحو الوعى الملبسي، مما يؤكد تحقق صحة الفرض الثالث الذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لمقياس الاتجاه نحو الوعى الملبسي لصالح التطبيق البعدي للمقياس".

وفيما يلي الرسم البياني الذي يوضح الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي في مقياس الاتجاه:-



شكل(٣) يوضح الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي في مقياس الاتجاه

الفرض الرابع:-

" تكّون اتجاهات إيجابية نحو الوعي الملبسي لدى طالبات مجموعة البحث من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات).

للتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق استبانة لتقييم آراء واتجاهات الطالبات نحو الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات) ، وذلك بعد انتهاء التجربة وعقب استخدام الطالبات للوسائل شبكات التواصل الاجتماعي (الواتس أب ، وسناب شات) ، حيث شملت (١٧٧) استمارة واستبعاد (٢٣)أخرى غير صالحه ، والجدول التالي يوضح النسب المئوية لاستجابات الطالبات نحو الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات) وذلك كما يلي:-

جدول (٥)

النسب المئوية لآراء واستجابات الطالبات نحو الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات)

المحور الأول	فعالية وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات) في تنمية الوعي الملبسي (العبارة من ١:١٠)	أوافق		إلى حد ما		غير موافق	
م	العبارات	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
	أسلوب قائمة مجالات الوعي الملبسي شيقة.	١٥٩	%٨٩	١٧	%٩.٧	١	%٠.٦
	هناك تسلسل واضح في مراحل عرض القائمة المقترحة.	١٥٦	%٨٨.١	١٨	%١٠.٢	٣	%١.٧
	٣ أفهم محتوى قائمة مجالات الوعي الملبسي.	١٥٧	%٨٨.٧	١٧	%٩.٧	٣	%١.٧
	٤ الصور التوضيحية المقترحة تساعد على الوعي الملبسي	١٦٠	%٩٠.٤	١٦	%٩.٠٣	١	%٠.٦
	٥ أجد صعوبة في تعلم محتوي قائمة مجالات الوعي الملبسي	٣	%١.٧	١٦	%٩.٠٢	١٥٨	%٨٩.١
	٦قائمة مجالات الوعي الملبسي غير مترابطة .	٣	%١.٧	١٨	%١٠.٢	١٥٨	%٨٩.١
	٧خطوات قائمة مجالات الوعي الملبسي واضحة	١٥٧	%٨٨.٧	١٦	%٩.٠٣	٤	%٢.٣
	٨محتوى قائمة مجالات الوعي الملبسي طويل وممل.	٥	%٢.٨	١٧	%٩.٧	١٥٥	%٨٧.٦
	٩ وجدت صعوبة في اكتساب الوعي الملبسى من خلال الواتس اب وسناب شات	٤	%٢.٣	١٦	%٩.٠٣	١٥٧	%٨٨.٧

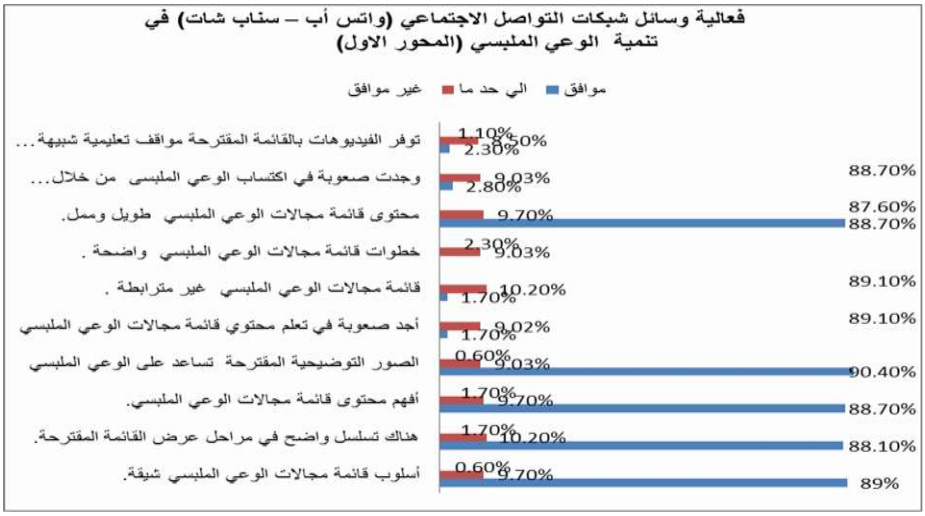
١٠	توفر الفيديوهات بالقائمة المقترحة مواقف تعليمية شبيهة بالمواقف الحقيقية	١٦٠	%٩٠.٤	١٥	%٨.٥	٢	%١.١
المحور الثاني	فعالية استخدام وسائل شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتثقيف والتعليم (العبارة من ١٠:١٥)	أوافق		إلى حد ما		غير موافق	
م	العبارات	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
١	١ شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة في التعليم والتعلم.	١٥٧	%٨٨.٧	١٦	%٩.٠٣	٤	%٢.٣
٢	١ استخدام شبكات التواصل الاجتماعيكأداة للتثقيف يساعد على اكتساب المعلومات.	١٥٥	%٨٧.٦	١٨	%١٠.٢	٤	%٢.٣
٣	١ التعليم عبر شبكات التواصلالاجتماعي يُساعد على رفع مهارة التعلم الذاتي.	١٦٦	%٩٣.٧	٧	%٣.٩	٣	%٧.
٤	١ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يساعد على الاستغلال الامثل للوقت.	١٦٠	%٩٠.٤	١١	%٦.٢	٦	%٣.٤
٥	١ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لتنمية وعى المجتمع .	١٥٩	%٨٩	١٦	%٩.٠٣	٢	%١.١

من الجدول السابق يتضح ما يأتي :-

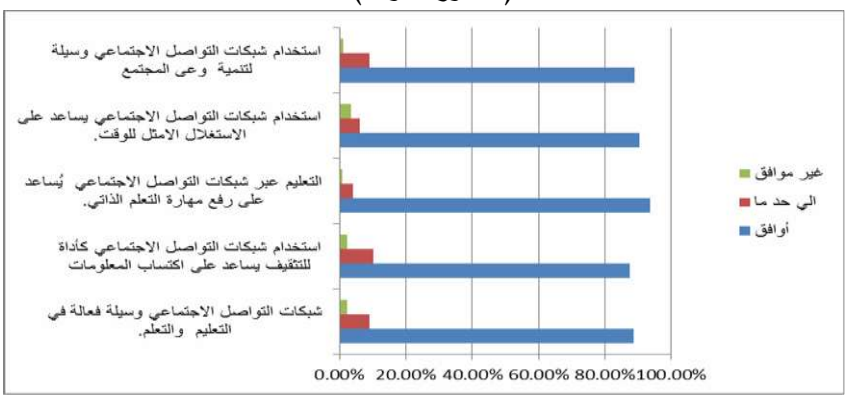
- بالنسبة للمحور الأول المتعلق بفعالية وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات) في تنمية الوعي الملبسي ويشمل العبارة من (١٠:١) فإن الطالبات اتفقن بنسبة تصل إلى٩٠.٤%على توفر الفيديوهات بالقائمة المقترحة مواقف تعليمية شبيهة بالمواقف الحقيقية ، وأن نسبة كبيرة منهم تصل إلى٨٩% ترى أن أسلوب قائمة مجالات الوعي الملبسي شيقة ، بينما ترى مجموعة من الطالبات تصل نسبتها إلى ٨٨.٧% تفهم محتوى قائمة مجالات الوعي الملبسي وخطوات قائمة مجالات الوعي الملبسي واضحة ، كما ترى نسبة أخرى من الطالبات تصل نسبتها إلى٨٨.١%أن هناك تسلسل واضح في مراحل عرض القائمة المقترحة.
- وبالنسبة للمحور الثاني المتعلق بفعالية استخدام وسائل شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتثقيف والتعليم ويشمل العبارة من (١٥:١٠) فإن الطالبات اتفقن بنسبة تصل إلى ٩٣.٧% على أن التعليم عبر **شبكات التواصل الاجتماعي** يُساعد على رفع مهارة التعلم الذاتي ، بينما ترى مجموعة من الطالبات تصل نسبتها إلى ٩٠.٤% أن استخدام **شبكات التواصل الاجتماعي** يساعد على الاستغلال الأمثل للوقت، كما ترى نسبة أخرى من الطالبات تصل نسبتها إلي٨٩% أن استخدام **شبكات التواصل الاجتماعي** وسيلة لتنمية وعى المجتمع ، و٨٨.٧% ترى أن **شبكات التواصل الاجتماعي** وسيلة فعالة في التعليم والتعلم ، بينما نسبة من الطالبات تصل إلي٨٧.٦% ترى أن استخدام الشبكات الاجتماعية كأداة للتثقيف مما يساعد على اكتساب المعلومات.

وفي ضوء هذا التحليل يتضح أن استجابات الطالبات جاءت ايجابية سواء للمحور الأول المتعلق بتنمية الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات) أو للمحور الثاني المتعلق استخدام وسائل شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتثقيف والتعليم ، مما يؤكد صحة الفرض الرابع الذي ينص على " تكْون اتجاهات إيجابية نحو الوعي الملبسي لدى طالبات مجموعة البحث من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات).

وفيما يلي الرسم البياني الذي يوضح متوسطات تكْون اتجاهات إيجابية نحو الوعي الملبسي لدى طالبات مجموعة البحث من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات).



شكل(٤) يوضح يوضح متوسطات آراء واستجابات الطالبات
نحو فعالية وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات) في تنمية الوعي الملبسي (المحور الاول)



شكل(٥) يوضح متوسطات آراء واستجابات الطالبات نحو فعالية استخدام وسائل شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتثقيف والتعليم (المحور الثاني)

ملخص النتائج:-

مما سبق يتضح أن فروض الدراسة قد تحققت ، وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:-

١- أكدت نتائج الفرض الأول على أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس القبلي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي قبل التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات) .

٢- أكدت نتائج الفرض الثاني على أنه توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في القياس البعدي لاختبار المعلومات للوعى الملبسي بعد التعرض لقائمة الوعي الملبسي من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب – سناب شات) .

٣- أكدت نتائج الفرض الثالث على أنه توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسط درجات طالبات مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لمقياس الاتجاه نحو الوعى الملبسي لصالح التطبيق البعدي للمقياس

٤- أكدت نتائج الفرض الرابع على أنه تكُّونت اتجاهات إيجابية نحو الوعي الملبسي لدى طالبات مجموعة البحث من خلال وسائل شبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب –سناب شات) .

التوصيات:-

في ضوء نتائج البحث الحالي توصي الباحثة بما يأتي:-

١- ضرورة نشر ثقافة الوعي الملبسي بين طالبات الجامعة.

٢- إعداد برامج ارشادية لتنمية وعي الشباب تجاه استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

٣- زيادة الندوات والمؤتمرات عن شبكات التواصل الاجتماعي وأثرة علي الشباب وتوعية الشباب.

٤- أهمية نشر الثقافة الإلكترونية بين الطلاب واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العملية التعليمية في المراحل المختلفة.

٥- ضورة اهتمام شبكات شبكات التواصل الاجتماعي بالقضايا التي تهم الطالب بشكل خاص وتعمل علي تزويده بالمعلومات الضرورية له وبثقافته.

٦- العمل على تعميق إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وإزالة المعوقات والسلبيات التي تنتج عنه وخاصة فيما يتعلق بالإساءة للعادات والتقاليد.

مراجع البحث :-

١- إبراهيم الزايد : ما هو شبكات التواصل الاجتماعي ،الامارات ،مجلة شباب ٢٠، العدد الثاني ،٢٠١١.

٢-أحمد حسين اللقاني، على الجمل: معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، ط٢، ١٩٩٩.

٣- حموي ،صبحي:

٤- أمل الفيومي ،علا يوسف : المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، دار المشرق ،٢٠٠٠.

دراسة لرفع الوعي الملبسى لدى طالبات المرحلة الإعدادية ، المؤتمر السنوي الثامن ، تطوير الأداء بكليات التربية النوعية في ضوء معايير الجودة والاعتماد ومتطلبات سوق العمل واحتياجات المجتمع ،٣٠ أبريل: ١مايو ٢٠٠٧ بكلية التربية النوعية دمياط.

٥- أمين علي عبد الحمن : فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية رسالة دكتوراه ، جامعة ام درمان الإسلامية ، السودان، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي،٢٠١٣.

٤- حسنين شفيق: شبكات التواصل الاجتماعي وما بعد التفاعلية ،القاهرة ،دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع .٢٠١٠.

٥- حيدر محمد زين : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي ، رسالة دكتوراه ، جامعة ام درمان الإسلامية ، السودان، كلية الإعلام، ٢٠١٢.

٦- رامي حسين: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدي الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية علي طلبة الجامعة في قطاع غزة ،رسالة ماجستير جامعه الازهر بغزة كلية الآداب والعلوم الانسانية،٢٠١٢.

٧- رشدي علي عيد ،محمد السيد: دراسة إدراك طالبات الجامعة لأسس اختيار ملابسهن ، المؤتمر المصري الخامس للاقتصاد المنزلي – جامعة المنوفية – كلية الاقتصاد المنزلي ١٦-١٧ يوليو،٢٠٠٠.

٨- زينب محمد منير عبدالجواد وجيلان جمعه محمد: برنامج لتنمية الوعي بالنسيج لدى الطالبات بالمرحلة الجامعية بقسم الاقتصاد المنزلي بالمملكة العربية السعودية بحث منشور -مجلة بحوث التربية النوعية- جامعة المنصورة العدد ،٢٠١١.

٩- لطيفة محمد بارك : دراسة السلوك الملبسي لدي الفتيات المراهقات بمحافظة جدة، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي – جامعة المنوفية – مجلد١٠ العدد٤ اكتوبر،٢٠٠١.

١٠- علا يوسف ، هدي سلطان : دراسة مدي وعي الطالبات بالبعد البيئي لملابسهن- مؤتمر كلية الاقتصاد المنزلي ،جامعة المنوفية.

١١- علية عابدين : دراسات في سيكولوجية الملابس ،دار الفكر العربي ،٢٠٠٦.

١٢- نورة ابراهيم الصوبان : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي مجلة الشرق الاوسط بجامعة عين شمس مصر، عدد مارس ،٢٠١٤.

١٣- هدى التركي: أثر وسائل الإعلام علي طالبات المرحلة الجامعية عند اختيار ملابسهن نشرة بحوث الاقتصاد المنزلي – جامعة المنوفية – مجلد١٣ – عدد يوليو،٢٠٠٢.

14- Bartara,g,2002;theColourand style life ,guild publishing ,London

15- Frey collen(2002);Teaching Program elements related to learn principles of clothes design PHD ,university of Minnesota ,Delong ,Marilyn.

16-(Social network, Computer Hope, Retrieved 18-4-2017 .Edited.)