



Journal of Applied
Arts & Sciences



مجلة الفنون
والعلوم التطبيقية



تأثير رواد الاعلام والفن بمواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني على الموضة" (دراسة حالة على الفتاه المصريه)

The Influence of Media and Art Leaders on Social Media Sites on Fashion

نجلء محمد طعيمة

استاذ تصميم الملابس – ووكيل الكلية للدراسات العلي
كلية الفنون التطبيقية – جامعة دمياط

خلود محمد عبد اللطيف

بكالوريوس الفنون التطبيقية - قسم تكنولوجيا الملابس
والموضة

كلية الفنون التطبيقية- جامعة بنها

عمرو جمال حسونة

استاذ تصميم الملابس - رئيس قسم الملابس الجاهزة سابقا
كلية الفنون التطبيقية- جامعة حلوان

ايمان يسري الميهي

استاذ مساعد قسم تكنولوجيا الملابس والموضة
كلية الفنون التطبيقية- جامعة بنها

ملخص البحث :

الموضة في الملابس تتعاقب مع كل فترة زمنية فإن كل موضة تختلف دورة حياتها عن موضة أخرى في درجة ما حققته من قبول , فهي تظهر على شكل موجى ولذلك إتجهت شركات التسويق إلى إستخدام المؤثرين على وسائل التواصل الإجتماعى مثل المدونين الذين لديهم آلاف المتابعين فى حساباتهم على وسائل التواصل الإجتماعى كسفير لعلاماتها التجارية , حيث غالبا ما ينظر إلى الرسائل التى يعلن عنها المؤثرون فى وسائل التواصل الإجتماعى على أنها أكثر مصداقيه وإقناعا للمستهلكين , ولهذا من المحتمل أن يتبع المستهلكين توصيات المؤثر المفضل لديهم , ويعتبر إستخدام المؤثرين على وسائل التواصل الإجتماعى أكثر مصداقيه وجداره بالثقه وخبره نظرا لأن لديهم مرونة فى بناء علاقات مع المستهلكين , لا سيما بالنسبة للشركات التى تستهدف الشباب , ومن هنا جاءت فكرة البحث التى تتضمن تأثير رواد الاعلام والفن بمواقع التواصل الإجتماعى على الموضة وتكمن إشكالية البحث فى الرد على التساؤلات الآتية : ما مدى مواكبة الفتيات لأزياء الاعلاميين والفنانين بمواقع التواصل الإجتماعى الإلكتروني , وهل هناك تأثير لرواد الاعلام والفن بمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني على اختيار الفتيات المصريات لملابسهن , وهدف البحث هو معرفة مدى تأثير زى الاعلاميين والفنانين على الفتيات المصريات بمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني , ومنهج البحث يعتمد على منهج وصفى تحليلي , ومنهج تجريبي . وتناول البحث العديد من الموضوعات منها الموضة والملابس وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني والتسويق والمراهقه , وتم عمل إستبيان على عدد ٤٠٠ طالبه لمعرفة ما إذا كانت تهتم الفتاه المصريه بمتابعة أزياء رواد الاعلام والفن على مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني أم لا , وكانت النتيجة أنهم بالفعل يهتمون بمتابعتهم

الكلمات الداله : التصميم , الملابس , الموضة , شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني , الإعلاميين والفنانين .

مقدمه :

ايضا الاكسسوارات و المجوهرات بل حتى قصات الشعر و جمال الجسم . (ايمان مسعود ٢٠٠٥) لذلك يهدف البحث الى دراسة مدي تأثير رواد الفن والاعلام علي الموضة بحيث كما هو متعارف عليه بأنهم سباقيين في هذا المجال لذلك دائما تحتاج المرأة إلى التميز والانفراد والظهور بالمظهر الأنيق الرائع الملفت للنظر.ومن هنا ظهر الاهتمام بسحر الموضة التي يمكن عن طريقها تغيير الشعور الكلي بالمظهر الخارجي

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تغييرات حقيقية ، وتطورات سريعة فى جميع مجالات الحياة ، كما ظهرت تقنيات حديثة فى مجال الملابس الجاهزة . تعتبر الموضة شكل من اشكال الاتصال وتحديد المرتبة الاجتماعية , الجنس , الجنسية وذلك لكلا من المجتمعات و الافراد , و تتوافق مع طبيعة المكان , الطبقة , الثروة و الانتماء إلى الجماعات . لا تشمل الملابس فقط و لكن

ليترجم عناصر التكوين إلى كيان مبتكر ومناسب لظروف الواقع بصورة تشكيليه مترابطة وجميلة. (عبير محسن ٢٠٢٢)

ويعتبر التصميم جزء من السلوك الإنساني فرديا كان ام جماعيا , فالإنسان عادة يسعى الى اشباع حاجاته وهو فى سبيل ذلك يستخدم كل ما لديه من خيال ومعرفة ومهاره فى ابتكار ما يحقق له هذه الاحتياجات. (يسرى معوض ٢٠١٤)

تعريف آخر عن التصميم : هو حلا ابتكاريا للمشكلات ويعتمد على التنظيم وعلى المعادلة بين الواقع الموضوعي او المادي وبين الواقع الذاتي . (روبرت سكوت ١٩٨٠)

التصميم أيضا هو صياغه للعلاقات التشكيلية بأحكام واع يخدم بناء العمل الفنى . (محمود البسيونى ١٩٨٠)

أهمية التصميم : التصميم هو عبارته عن أحد مجالات النشاط الفنى الا انه يستحيل لأى عمل فنى من وجود بدون تصميم بمعنى وضع العمل الفنى وتقدير ما يستخدم فى صياغته من عناصر ونسب واستخدامها لتحقيق هذا الهدف الأمثل لهذا العمل المنشود . (الشيماء محروس ٢٠٠٧)

ويعد التصميم كعمل أساسى فى جميع الأنشطة البشرية التي يتعامل من خلالها الانسان فى ميادين الحياه المتعددة وبمعنى آخر فان التصميم هو أسلوب الحياه وهو طريقه للتخلص من اللانظام والفوضى للوصول الى النظام والتنسيق والجمال والمنفعة , والتصميم عمل أساسى يشمل الازياء , القماش , العمارة , الاثاث الى غير ذلك من المنتجات الضرورية فى حياتنا . (فاطمه الشافعي ٢٠١١)

ويعتبر التصميم ايضا عمل اساسى لكل انسان فالرغبة فى النظام تعد سمه انسانيه أساسيه , فمعظم ما يقوم به الانسان من اعمال انما يتضمن قدرا من التصميم , ويتمثل ذلك فى الاسلوب الذى يرتدى به ملبسه وينظم به منزله أو يعد به طعامه أو ينسق به أفكاره . (داليا مكى ٢٠٢٠)

أنواع التصميم :

ينقسم التصميم الى نوعان :

تصميم كإنتاج : يعنى التنظيم ووضع خطه بهدف

بهدف الوصول إلى نتيجة فى العمل وينقسم التصميم كإنتاج إلى نوعين: (التصميم الحسى , التصميم السلوكي) .

التصميم الحسى : هو الذى نستشعره من خلال الحواس المتمثلة فى الرؤية او السمع , كما يمكن استشعاره من

للرأة، بحيث تكون جذابة ومشرقة نوا طابع خاص ومتجددة .من هنا تكمن مشكلة البحث"فى ضوء تعدد وسائل الاعلام وظهور مجموعه كبيره من الاعلاميين والفنانين عبر هذه الوسائل أدى ذلك للتأثير على أفكار ومفاهيم الفتيات المصريات مما أدى الباحثه لمحاولة التعرف على مدى تأثير زى الاعلاميين والفنانين على الفتيات المصريات ويمكن صياغة المشكلة فى التساؤلات الآتية :-

- ما مدى مواكبة الفتيات لأزياء الاعلاميين والفنانين بمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني؟

- هل هناك تأثير لرواد الاعلام والفن بمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني على اختيار الفتيات المصريات لملايسهن؟

- ما الذى يؤثر بشكل اكبر على ازياء الفتاه المصريه رواد الفن أم رواد الاعلام؟

أهداف البحث

. معرفة مدى تأثير زى الاعلاميين والفنانين

على الفتيات المصريات بمواقع التواصل

الاجتماعى الإلكتروني .

. قياس تأثير الاعلام والفن ومواقع التواصل

الاجتماعى الإلكتروني على موضه

واختيار الفتيات لملايسهن .

منهجية البحث

يتبع البحث منهجين:

. منهج وصفى تحليلي:

حيث قامت الباحثه بتطبيق استبيانات

تهدف من خلالها الى جمع بيانات حول

التعرض لمجموعه من الاعلاميين

والفنانين ومدى تأثرهم على الفتيات

المصريات فى أختيارهم للزى .

. المنهج التجريبي:

القيام بتجربة ذاتية للباحثة تقوم بأخذ بعض

من رواد الفن والأعلام الذين لهم تأثير قوي علي الفنة

المستهدفة لابتكار تصميمات تلائم الفتاه المصريه للعام

الجامعى ٢٠٢٠ \ ٢٠٢١ .

مفهوم التصميم : هو عملية تنظيم عناصر مرثيه للهئيه الفنية , والتصميم يرتبط بعناصر لازمه كالخط والشكل واللون والمساحة والضوء وملامس السطوح بحيث تتلاءم كلها لخدمة الشكل العام. (عمرو فاروق ٢٠١٣) ويعرف التصميم بأنه الكيان المبتكر والمتجدد والمبدع فى خطوطه المختلفه والمتعدده والمساحات اللونية والخامات المتنوعة , التى يستخدمها مصمم الأزياء

الكثير من جسمه أحيانا والقليل أحيانا طبقا للموضة , إنما هي التي تحميه من عوامل الجو المتقلبة , كما تعتبر الملابس قناع للجسد تستر عيوبه وتنظم حركاته وتحكم تصرفاته ومن ثم فإنها ضرورة من ضروريات الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها , كما أنها جزء من السلوك الإنساني فرديا أو جماعيا . (نسرين خضر ٢٠١١)

وتلعب الملابس دورا هاما في حياة الافراد وتؤثر عليهم تأثيرا قد ينعكس على شخصياتهم وأعمالهم , وفي علاقتهم بالآخرين .

وتعتبر الملابس أول مفتاح لشخصية الأمة وحضارتها , وأصدق دليل عليها , لأن العين ترى الملابس قبل أن تصغى الأذن إلى لغة الأمة وقبل أن يتفهم العقل ثقافتها وحضارتها .

وتتطلب الحياة الاجتماعية العناية بالمظهر الذي يدل على سلامة الذوق الذي يتفق مع المستوى اللائق , ويراعى دائما أن تكون الأنافة طبيعیه غير مبالغ فيه , فقيمة الملابس بطريقة ارتدائها , فمظهر الشخص المحترم في ملابسه أهم كثيرا من الملابس الغالية والزينة المبالغ فيها . (عليه عابدين ٢٠٠٠)

ويطلق مصطلح اللباس على ما يوارى السوأه وهو اللباس الداخلي , ويطلق الرياش على مايستر الجسم كله ويتجمل به وهو ظاهر الثياب كما يطلق على الرغد والنعمة والمال , وورد في دائرة المعارف البريطانية أن الرداء يحتوى على الملابس والأحذية والقبعات وغيرها , ويشير إلى التغطية المستمرة لجسم الإنسان . (عليه عابدين ٢٠٠٠)

ويعتبر فن الملابس من الفنون التطبيقية الزخرفية التي تتأثر بكل ما هو جديد من تقنيات حديثة فيزداد إزدهارا , وكذلك يتأثر فن الملابس بالفنون المختلفة سواء الحديث منها أو القديم , فيتمكن مصمم الأزياء من إضافة كل ما هو جديد إلى هذا المجال بحيث يتماشى مع روح العصر ويتفق مع موضه تبعاً للبيئات المختلفة . (رضوى معتمد ٢٠٢٠)

وبالتالى يجب التركيز على دعم هذه الصناعة وتطويرها نظرا لوجود العديد من الميزات النسبية لديها . منها توافر الخامات الأولية والعماله , وحيث أن صناعة الملابس الجاهزه من الصناعات الصغيره والمتوسطه , فهى لا تحتاج إلى رؤوس أموال كثيرة , كما أنها من الصناعات التي تستوعب العديد من الأيدي العامله بما يتناسب مع القدرات الاقتصادية والكثافه العماليه فى جمهورية مصر العربيه ويقلل من معدل البطاله . (نهى أبو الروس ٢٠٠٦) .

خلال اللمس أو التذوق , والقماش أحد الملامس أو الأسطح التي يتعامل معها مصمم الأزياء وهو يختلف فى ملمسه باختلاف تركيبه النسجى وطريقة غزله وأيضا بالتجهيزات التي يمر بها , فلا يمكن القول بأن حاسة البصر وحدها تكفى لإدراك الفرق بين ملمس وآخر . (رندا حسن ٢٠١٩)

التصميم السلوكى : هو الذى يستخدم فى إنتاج واستهلاك الملابس , وهناك الكثير من العوامل التى تؤثر فى التصميم السلوكى لدى المصمم وهى :

- قواعد البنوك .
- الاعلانات .
- نظام السوق .
- ميزانية الاسره (يسرى معوض ٢٠٠١)

التصميم كنظام : التصميم كنظام يعنى التخطيط والتنظيم لتحقيق هدف معين , ويطبق التصميم كنظام على كل شئ مبتكر من أجل تحقيق هدفا حسيا أو سلوكيا , وبذلك ينقسم النظام إلى

- التصميم الوظيفى .
- التصميم البنائى .
- التصميم الزخرفى . (سامر إسكا ٢٠١٠)

مفهوم الملابس : تعد الملابس من نعم الله على البشر وقد عرف الانسان الملابس منذ أن وجد على الارض فستر آدم وحواء أجسادهم بورق الشجر ثم كانت ملابسه بعد ذلك مما تنتجه الأرض من بعض النباتات كالقطن والكتان وما يستخلص من الحيوانات كالصوف والوبر والحريز , وتم من خلال التقدم العلمي والصناعي والتكنولوجي استخلاص مواد مختلفة جديده وتستخدم فى صناعة الملابس . (إميلي عبدالملاك ١٩٧٣)

وتعتبر الملابس إحدى الاحتياجات المهمة للإنسان فطالما كانت الملابس بمثابة لغة إستخدامها الإنسان لتوصيل رسالة بعينها بالإضافة إلى إشباع حاجاته فى التكيف مع البيئه التي يعيش فيها , وعلى مر العصور ارتدى أغلب الناس الملابس بغرض الزينة أكثر منه لستر أجسامهم وأصبح الإنسان فى بحث دائم عن التميز عن غيره بملابسه , لذلك إتجه مصمموا الأزياء إلى البحث عن كل ما هو جديد فى عالم الأزياء وعن مصادر إستلهام جديده لكى تكون منبعها خصبا لإثراء الموضه المعاصره . (أيه زهران ٢٠٢٢)

والملبس مصطلح عام يطلق على كل ما يتعلق بالكساء وفنون استخدامه , فالملابس هي الشئ الوحيد المصاحب للإنسان أينما كان فهي تلامس جسده وتغطى

مفهوم شبكات التواصل الإجتماعي الإلكتروني : يطلق

هذا المفهوم على مجموعه من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب ٢ تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد , جامعه , مدرسه , شركه... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للأخرين ومعرفة آخر أخبارهم ومعلوماتهم التي يتوجونها للعرض. (حنان الشهرى ٢٠١٢) وتعرف أيضا بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياه الاجتماعية بين مجموعه من المعارف والأصدقاء , كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات , وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم . (محمد المنصور ٢٠١٢)

وتعمل شبكات التواصل الإلكتروني على تسهيل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الموجودة بالفعل على الإنترنت , وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام , والتي شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض , ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية , فيديو , الدردشة , تبادل الملفات , مجموعات النقاش , البريد الإلكتروني , المدونات . فهي منظومه من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به , ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات , والهوايات نفسها . (دعاء كنانه ٢٠١٥)

إستخدام الشركات للإعلاميين والفنانين والمشاهير في

تسويق منتجاتهم : يحتل المستهلك المكانة الأولى والمحور الأساسي لمختلف أنشطة الإدارة التسويقية لمعظم الشركات والتي يعتمد نجاحها على السلوك الذي يبديه المستهلك والذي يتأثر بالعديد من العوامل والضغوطات النفسية والاجتماعية التي تعمل بشكل متداخل ومترابط لتحديد تصرفاته , وعلى هذا الأساس استهدفت معظم الشركات الحديثة الاهتمام بالمستهلك وتحديد حاجاته ورغباته كقاعدة أساسية لبناء الاستراتيجيات التسويقية بصفه عامه والاستراتيجيات الإعلانية بصفه خاصه . (سايا غوجل ٢٠١٥)

واستنادا إلى مبادئ التسويق المؤثر , اتجهت شركات التسويق إلى استخدام المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي مثل المدونين الذين لديهم آلاف المتابعين في حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي كسفير

مفهوم الموضه : تعبر الموضه عن روح كل زمن , ومن

ثم تعكس التغييرات التي تمر بها المجتمعات مما يؤدي إلى زيادة الطلب على الموضه من قبل كل من المستهلكين والمنتجين .

وتنطلق الموضه من أربع مدن هي باريس , ولندن , وميلانو , ونيويورك التي تعتبر العواصم الرئيسية للموضه في جميع أنحاء العالم , ويتواجد فيها أشهر بيوت الأزياء الراقية التي تقوم بوضع خصائص الموضه , وتتميز بالتفرد والقدرة على استخراج الطاقات الإبداعية مما يجعل الابتكار في تصميم الأزياء أكثر لديهم عن الأساليب الأخرى المتبعة في صناعة الملابس . (شيرين حسن ٢٠٠٩)

والموضه هي ذلك التصميم الجيد المتغير من موسم لآخر والذي يحمل مواصفات تتحكم في عناصر التصميم كالخط والشكل واللون والنسيج المستخدم , وليس اتباع الموضه والجري وراء كل ما هو جديد دون التفكير فيما إذا كانت مناسبة أم لا يعتبر من ضروريات التطور والرقى فيما يختاره الفرد سواء كان ذكرا أم انثى ليكون ملائما لطبيعة مجتمعه وتقاليديه , وما يطلبه العرف والدين وما يتلاءم مع طبيعة عمله وشخصيته , فيرتدى الزى المناسب في السن المناسب والمكان المناسب . (ايناس الدريدي ١٩٩٩)

وتعتبر الموضه عملية إبداع وإبتار خطوط يمكن ترجمتها وتنفيذها إلى قطع ملبسيه , وهذا يحتاج لمن يترجم رسم الخط والشكل إلى ملابس تتلاءم مع أجسام وأذواق وتقاليد المجتمع المستهدف , وعملية الابتكار تحقق غرضها بإضافة شيء مبتكر منه المادي ومنه الجمالي , وبالتالي يمكن اعتبار تصميم الأزياء بأنه ذلك الكيان المبتكر والمتجدد في خطوطه , وألوانه , وخاماته المتنوعه التي يحاول عن طريقها مصمم الأزياء أن يترجم عناصر التكوين إلى تصميم مبتكر ومسائر للواقع بصوره تشكيليه مبدعه . (نسرين المليجي ٢٠١٠)

العوامل التي تؤدي إلى سرعة أنتشار الموضه :

- ارتفاع القوى الشرائية - زيادة أوقات الفراغ - الاهتمام بالتعليم بمستوياته المختلفه - سمو مكانة المرأة الاجتماعية - ازدياد الاعتماد على وسائل الدعاية والإعلام - التقدم التكنولوجي .
- وكذلك يعتبر أن من أهم العوامل التي تحد من سرعة انتشار الموضه في بعض الأحيان القوى الشرائية , وسيطرة العادات والتقاليد والنزعة الدينية على فكر بعض المجتمعات بالإضافة إلى طبيعة المنتج الغربي . (رندا حسن ٢٠١٩)

وسائل الإعلام التقليديه كالصحف والراديو والتلفزيون
(إيمان شاهين ٢٠٢١) .

ومن هنا نجد ان التسويق عبر المؤثرين أدى إلى بناء
علاقه بين الجمهور ووسائل الإعلام , أي أنهم يعتمدون
عليها في اتخاذ بعض قراراتهم , وفي تفسيرهم أو فهمهم
وإدراكهم للأحداث والمواقف التي تحيط بهم . (ماطر
حمدي ٢٠١٨)

ونتيجة لذلك أصبح هناك زيادة وعى للعلامات التجارية
وساهموا أيضا في المساعدة على زيادة العلاقات العامة
لهذه العلامات , حيث أن السبب في استخدام هؤلاء
الشخصيات في علاقات العلامات التجارية يتضمن نشر
رسالة هذه العلامات في المجتمع والمساهمة في إقناع
الزبائن بمدى مصداقية هذه الشركات ومنتجاتها التي
تعرضها , فالالتزام بين النجم والمؤسسة تنقل مجمل
حالة هذا الفنان من نجاح وشهره ورقى إلى هذه العلامة
التجارية مباشرة بسبب ارتباطه بها , وان أمور شخصيه
أخرى مثل السحر والجمال , والموهبة وحتى المظهر
سوف يتم ربطها مباشرة بهذه العلامة التجارية . (خالد
ذيب ٢٠١٣)

امثلة لبعض الاعلاميين والفنانين الكثر شهرة بين
الفتيات في المرحلة العمرية :

علاماتها التجارية , حيث غالبا ما ينظر إلى الرسائل التي
يعلن عنها المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي على
أنها أكثر مصداقيه وإقناعا للمستهلكين , ولهذا من
المحتمل أن يتبع المستهلكين توصيات المؤثر المفضل
لديهم , ويعتبر استخدام المؤثرين على وسائل التواصل
الاجتماعي أكثر مصداقيه وجداره بالثقة وخبره نظرا لأن
لديهم مرونة في بناء علاقات مع المستهلكين , لا سيما
بالنسبة للشركات التي تستهدف الشباب . (مروى حامد
٢٠١٨)

وتتنوع أشكال التسويق ما بين التسويق عبر المشاهير من
لا عبي كرة القدم , والفنانين, والمطربين , والإعلاميين
الذين يحظون بمتابعه مرتفعة من المستهلكين , وقد
استقطب اصحاب الشركات ومالكي رأس المال هذه الفئه
للترويج لمنتجاتهم وخدماتهم والتأثير على مواقف
المستهلكين واتجاهاتهم نحو المنتجات والعلامات
التجارية من خلال قدراتهم على بناء شبكة من المتابعين
, وإنشاء محتوى متميز عن المنتج أو الخدمة عبر مقاطع
الفيديو , وتقديم النصائح , وتنظيم المسابقات, كما أن
رسائلهم يتم طلبها واستهلاكها على عكس الإعلانات
التقليديه التي يحاولون تجنبها , كما تتميز رسائلهم
بالتفوق , حيث تستهدف مجموعات محددة , على عكس

<p>٣</p>  <p>روبي</p> <p>مغنية وممثلة مصرية وقامت بتقديم برامج فنية في قناة دريم والمحور المصرية. واول ظهور ليها كان من خلال دور ليها في فيلم ثقافي وشركت في العديد من الاعمال الفنية .</p>	<p>٢</p>  <p>منى زكي</p> <p>هي ممثلة مصرية. قامت بالعديد من المسرحيات والعديد من الأفلام من أهمها: فيلم خالتي فرنسا مع الفنانة عبلة كامل، فيلم أبو علي مع الفنان كريم عبد العزيز، والذي كان من أفضل أعمالها، والذي وضعها علي قائمة الفنانين الكبار</p>	<p>١</p>  <p>مفيدة شيحة</p> <p>هي اعلامية مصرية، شاركت في قديم عدد من البرامج التلفزيونية، صصت في برامج المنوعات، منها: كوت حنغني، دقيقة مفيدة، الستات يعرفوش يكذبوا، الشيف ومفيدة في قناة سى بى سى .</p>
<p>٦</p>	<p>٥</p>	<p>٤</p>



رضوى الشربيني
هي إعلامية مصرية، تقدم برنامج «هي وبس»
على قناة سي بي سي سفرة منذ فبراير سنة
٢٠١٧



هيفاء وهبي
مغنية وممثلة وفنانة استعراضية لبنانية /
مصرية، حصلت خلال مشوارها الفني على
العديد من الجوائز عن فئة الممثلات والمغنيات
والفنانات الإستعراضيات. أصدرت عدد من
الألبومات الغنائية وعدد من الأغاني المصورة
فيديو كليب .



أحلام الشامسي
مغنية إماراتية. أطلق عليها جمهورها بـ
«ملكة الخليج»، تُعتبر أحد المغنيات
على أجراً بإحياء الحفلات
مهرجانات في الوطن العربي، وهي
فنانة خليجية غنت في تونس وذلك
مهرجان قرطاج الدولي كما شاركت
غناء في فلسطين لمزتين في
جانات رام الله وبيروت .

٩



هند صبري
ممثلة تونسية مصرية اشتهرت بعملها في مصر

٨



أصالة نصري
مغنية سورية، تعدّ واحدة من أكثر المغنيات
العربيات شعبية وشهرة

٧



هيدى كرم
مصرية بدأت طريقها الفني بالعمل
بديل في الإعلانات التليفزيونية
تمرت في تقديمها لمدة عامين ثم
ت كمدية مدة قصيرة، وذلك في
ة راديو وتلفزيون العرب وقناة إم بي
١، وتخرجت أثناء ذلك من كلية
ارة جامعة عين شمس ، ثم دخلت
التمثيل من خلال مسلسل مارينا
ينا ولم يتم عرضه
اركت بعدها في العديد من الأعمال
ة

١٢

١١

١٠

 <p>لقاء الخميسي</p> <p>ممثلة مصرية بدأت حياتها الفنية بالعمل في مجال الإعلانات ثم دخلت مجال التمثيل وشاركت في العديد من الاعمال الفنية .</p>	 <p>ملك قورة</p> <p>ممثلة شابة مصرية واشتركت في بعض الاعمال الفنية</p>	 <p>دعاء فاروق</p> <p>لامية وصحفية مصرية، عملت في من قناة اقرأ الفضائية وشبكة رايون الحياة، ولها مقالات في صحف جلات مختلفه</p>
<p>١٤</p>  <p>إلهام شاهين</p> <p>ممثلة مصرية، لديها عددٌ من الأعمال الدرامية المختلفة .</p>	<p>١٣</p>  <p>ياسمين صبرى</p> <p>ة كمراسله فى قناة الحياه ثم عملة بديل اعلانات وتم ترشيحها للعمل فى امج خطوات الشيطان مع معز مود وشاركت فى مسلسل طرنج). ثم قدمت البطولة فى مسلسلى كايثي) و(فرصة تانية) .</p>	

الإلكتروني وعرضهم على عينة البحث للإجابة على استبيان آراء عينة البحث بالتصميمات المبتكرة قيد البحث لإختيار أكثر ثلاث تصميمات لاقت استحسان عينة البحث وفقا لمحاول الاستبيان قيد البحث وذلك تنفيذهم.

وتم عمل بعض التصميمات التي تتفق مع آراء الفتيات **أولا:** تم عمل ١٤ تصميم مقيس من اختيار مجموعة من الفنانين والاعلاميين مختلفين بواقع تصميم واحد لكلا منهما :

بعد تطبيق استمارة استبيان الاهتمام بالموضة خلال وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني تم اختيار عينة البحث الأساسية منهن وفقاً للاستخدام الأكثر لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني ومتابعة رواد الإعلام والفن لاستلهم خطوط الموضة , حيث تم اختيار عدد (٤٠٠) طالبة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي (Instagram, Youtube, Twitter, Facebook) في استلهم خطوط الموضة من رواد الإعلام والفن عبر وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني , ثم بعد ذلك قامت الباحثة بتصميم ١٤ تصميم مستلهم من رواد الإعلام والفن عبر وسائل التواصل الاجتماعي



تصميم (١)

تم الإستلهام من موديل الإعلاميه مفيده شيحه فى التصميم الموضح رقم (١) حيث أنه تم استلهام القصة الموجوده من حردة الرقبه حتى منطقة الوسط وتم تركيب قصه بدلا من الحزام وتم أيضا استلهام الكم الواسع ولكن تم وضع أسوره بنهايته لعمل كشكشه .



الإعلاميه مفيده شيحه

ترتدى فستان طويل به قصه من حردة الرقبه حتى منطقة الوسط ويوجد من أسفله بطانه وتم وضع حزام اكسسوار وذو اكمام واسعه وينتهى الكم بأستك لعمل كشكشه .



تصميم (٢)

تم الإستلهام من موديل الممثله منى زكى فى التصميم الموضح رقم (٢) حيث أنه تم عمل فستان قصير يحتوى على كوله دوران وفتحه بمنطقة الصدر على شكل V وكم ساقط من على خط الكتف ومنسدل على الذراعين وكم منتفخ من الأسفل وينتهى بأسوره وتم عمل حزام على منطقه الوسط والجزء السفلى للفستان يحتوى قصات عرضيه بخامات مختلفه ومتسع على هيئة كشكشه .



الممثله منى زكى

ترتدى فستان طويل يحتوى على كوله دوران وفتحه بمنطقة الصدر على شكل V وكم ساقط من على خط الكتف ومنسدل على الذراعين وتطريز على منطقه الوسط على شكل حزام .



تصميم (٣)

تم الإستلهام من موديل المغنيه روبي فى التصميم الموضح رقم (٣) حيث أنه تم عمل بلوزه تحتوى على فتحة صدر دائريه وبها كورنيش متصل من الصدر للظهر على هيئة كلوش ويحتوى على كم منتفخ من المنتصف وينتهى بكورنيش من الاسفل والقطعه السفليه تحتوى على بنطلون هاى وسط متسع من أسفل وبه كمر منفصل وحزام .



المغنيه روبي

ترتدى طقم يحتوى على قطعتين القطعه العلويه تحتوى على بلوزه بفتحة صدر دائريه وبها كورنيش متصل من الصدر للظهر على هيئة كلوش ويحتوى على كم منتفخ من المنتصف وينتهى بكورنيش من الاسفل والقطعه السفليه تحتوى على بنطلون هاى وسط متسع من أسفل ويحتوى على فتحه من الجانبين .



تصميم (٤)

تم الإستلهام من موديل المطريه أحلام فى التصميم الموضح رقم (٤) حيث أنه تم استلهام الكم الساقط وتم استخدام الحماله ولكن تم وضعها بالكنتف الأخر .



المطريه أحلام

ترتدى فستان طويل one sholder ذات كم ساقط ويرتفع بحماله على الكتف .



٥
تصميم (٥)
تم الإستلهام من موديل الفنانة هيفاء وهبي في التصميم
الموضح رقم (٥) حيث أنه تم إستلهام شكل ال
jumpsuit وعمل فتحة الصدر على شكل V .



٥
المغنيه هيفاء وهبي
ترتدى jumpsuit ذات أكمام طويلة وفتحة صدر على
شكل V



٦
تصميم (٦)
تم الإستلهام من موديل الإعلامية رضوى الشربيني في
التصميم الموضح رقم (٦) حيث أنه تم إستلهام شكل ال
jumpsuit فالجزء العلوى يحتوى على فتحة صدر على
شكل خط مستقيم والجزء السفلى تم عمل بنطلون واسع
ذات قصه على خط الجنب .



٦
الإعلاميه رضوى الشربيني
ترتدى jumpsuit يحتوى فيه الجزء العلوى على فتحة
صدر على شكل خط مستقيم ويعلوه جزء شيفون متصل
بالكم ويحتوى الجزء السفلى فيه على بنطلون واسع
ذات قصات بخط الجنب .

7



تصميم (٧)

تم الإستلهام من موديل الممثلة هيدى كرم فى التصميم
الموضح رقم (٧) حيث أنه تم عمل فستان قصير يحتوى
على كولة رقبه دوران وكم ساقط وبه كلوش منسدل على
الذراعين

7



الممثلة هيدى كرم

ترتدى فستان قصير يحتوى على كولة رقبه دوران وكم
ساقط وبه كلوش منسدل على الذراعين .

٨



تصميم (٨)

تم الإستلهام من موديل المطربه أصاله فى التصميم
الموضح رقم (٨) حيث أنه تم عمل فستان قصير يحتوى
على كولة مرتفعه ولكن على شكل كورنيش وتم عمل
طويل متسع من الأسفل وينتهى بأسوره لعمل كشكشه .

٨



المطربه أصاله

ترتدى فستان طويل بكوله مرتفعه ويحتوى على كم
طويل متسع من الأسفل وينتهى بأسوره لعمل كشكشه .

9



تصميم (٩)

تم الإستلهام من موديل الممثلة هند صبرى فى التصميم
الموضح رقم (٩) حيث أنه تم عمل فستان قصير يحتوى
على كم طويل وعمل طبقة واحده كورنيش على خط
الكشف وحتى منطقة الوسط .

9



الممثلة هند صبرى

ترتدى فستان كط متصل به طبقتين كورنيش ويحتوى
على فتحة صدر على شكل V .

10



تصميم (١٠)

تم الإستلهام من موديل الإعلامية دعاء فاروق فى الموديل
الموضح رقم (١٠) حيث أنه تم عمل فستان قصير لمنطقة
الركبة على شكل كروازيه وتم عمل كم منتفخ من الأعلى
وتم تركيب حزام على منطقة الوسط .

10



الإعلاميه دعاء فاروق

ترتدى بلوزه طويله على شكل كروازيه وكم منتفخ من
الاعلى وحزام عند منطقة الوسط .

11



تصميم (١١)

تم الإستلهام من موديل الممثلة ملك قوره فى التصميم الموضح رقم (١١) حيث أنه تم إستلهام شكل ال V وعمله على هيئة كشكشه على الصدر وعمل قصه على منطقة الوسط ويحتوى الموديل على كم منتفخ .

11



الممثلة ملك قوره

ترتدى بلوزه قصيره من الامام وطويله من الخلف وبها فتحة صدر على شكل V وتحتوى على كم منتفخ وحزام على منطقة الوسط

12



تصميم (١٢)

تم الإستلهام من موديل الممثلة لقاء الخميس فى التصميم الموضح رقم (١٢) حيث أنه تم عمل بلوزه فى الجزء العلوى بفتحة صدر واسعه على شكل كروازيه وكم منتفخ من الأعلى والجزء السفلى يحتوى على جيبه بها كالونيهات.

12



الممثلة لقاء الخميسى

ترتدى فستان قصير بكم يحتوى الجزء العلوى فيه على فتحة صدر واسعه على شكل V والجزء السفلى يحتوى على جيبه بها كالونيهات .

13



تصميم (١٣)

تم الإستلهام من موديل الممثلة ياسمين صبرى فى التصميم الموضح رقم (١٣) حيث أنه تم عمل فستان قصير كط وملتصق به كم ساقط على الذراعين وعمل الجزء السفلى يحتوى على كورنيش مكون من دورين فوق بعضهم البعض

13



الممثلة ياسمين صبرى

ترتدى فستان قصير كط يحتوى الجزء السفلى فيه على كورنيش مكون من ثلاث أدوار فوق بعضهم البعض .

14



تصميم (١٤)

تم الإستلهام من موديل الممثلة إلهام شاهين فى التصميم الموضح رقم (١٤) حيث أنه تم عمل فستان قصير بنص كم يحتوى على دوران عند فتحة الرقبه وبه كوله مرتفعه وتم عمل قصه مائله تبدأ من خط الكتف وتنتهى قبل الركبه وعمل قصه اخرى تبدأ من خط الكتف وتنتهى عند منطقة الوسط .

14



الممثلة إلهام شاهين

ترتدى فستان طويل بكم يحتوى على دوران عند حردة الرقبه وبه قصه مائله تبدأ من منطقة الصدر وتنتهى تحت الوسط .

ثانياً: تم عمل استبيان علي الطالبات في مختلف الكليات (تربيه – تجارة – أداب – فنون تطبيقية) للتعرف علي مدى متابعة السوشيال ميديا للموضة وهل يوجد جدول (١) تصنيف عينة البحث (الاساسية , الاستطاعية) في المتغيرات قيد البحث (ن=٥٢٠) (طالبه)

النسبة المئوية	عدد الطالبات	الكلية	العينة
الاساسية	التربية	١٠٠	٢٣,١٩%
	تجارة	١٠٠	٢٣,١٩%
	الأداب	١٠٠	٢٣,١٩%
	الفنون التطبيقية	١٠٠	٢٣,١٩%
الاستطاعية	التربية	٣٥	٦,٧٣%
	تجارة	٤٣	٨,٢٧%
	الأداب	١٨	٣,٤٦%
	الفنون التطبيقية	٢٤	٤,٦٢%

جدول (٢) نتائج الاستبيان لعينة البحث بالتصميمات المبتكرة قيد البحث (ن=١٢٠) (طالبه)

الجانب الإبتكاري بالتصميم		ملانمة التصميم للموضة		علاقة التصميم بمصدر الإلهام		ملانمة التصميم للفتاة المصرية	
معامل الارتباط	عبارة	معامل الارتباط	عبارة	معامل الارتباط	عبارة	معامل الارتباط	عبارة
*٠,٧٦	١	*٠,٣٩	١	*٠,٨٤	١	*٠,٦٢	١
*٠,٨٤	٢	*٠,٨٥	٢	*٠,٨٨	٢	*٠,٧٥	٢
*٠,٨٠	٣	*٠,٩١	٣	*٠,٦١	٣	*٠,٨٩	٣
*٠,٧٨	٤	*٠,٨٣	٤	*٠,٨٦	٤	*٠,٦٠	٤
٠,١٥٧	٥	*٠,٧٢	٥	*٠,٧٩	٥	*٠,٨٤	٥
*٠,٤٩	٦	*٠,٧٦	٦	*٠,٨١	٦	*٠,٧٨	٦
*٠,٧٥	٧	*٠,٦٧	٧	٠,١١٣	٧		
*٠,٣٤	٨						
*٠,٥٤	٩						

جدول (٣) المتوسطات الحسابية للأهمية النسبية لآراء عينة البحث في التصميمات المبتكرة وفقاً للمحاور الأربعة الخاص بالإستبيان قيد البحث (ن=٤٠٠) طالبة

التصميم	الأهمية النسبية للمحور الأول	الأهمية النسبية للمحور الثاني	الأهمية النسبية للمحور الثالث	الأهمية النسبية للمحور الرابع	المتوسط الحسابي للمحاور الأربعة
1	93.33	90.83	81.66	٧٠,٨٣	84.16
2	87.5	91.66	82.5	٨١,٤٢	85.77
3	87.5	86.66	85.83	٨٠,٦٧	85.17
4	85	81.66	85	٨٣,١٧	83.71
5	82.5	85.83	82.5	٧٢,٤٢	80.81
6	92.5	77.5	89.16	٦٩,٦٧	82.21
7	88.33	81.66	88.33	٧٣,٠٠	82.83
8	78.33	77.5	78.33	٦٩,٤٢	75.9
9	82.5	80	82.5	٨٦,٨٣	82.96
10	90.83	80	81.66	٨٤,٠٠	84.12
11	77.5	77.5	77.5	٨٢,٢٥	78.69
12	90.83	81.66	81.66	٨٨,١٧	85.58

83.41	٨٥,٣٣	79.16	77.5	91.66	13
83.33	٨٠,٠٠	86.66	80	86.66	14

الأهمية النسبية للمحاور الأربعة لإستبيان عينة البحث هو التصميم رقم (٣, ١٢, ٢) لحصولهم على أعلى متوسطات للأهمية النسبية للإستبيان قيد البحث حيث بلغت (٨٥,١٧, ٨٥,٥٨, %٨٥,٧٧) على التوالي والشكل التالي يوضح ذلك.

التصميمات المبتكرة والمستلهمة من رواد الإعلام عبر وسائل التواصل الإجتماعي قيد البحث , حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي للأهمية النسبية ما بين (٧٩,٩٦% : ٨٥,٧٧%) , كما كانت أكثر ثلاث تصميمات موافقة لآراء عينة البحث وفقاً لمتوسط



شكل (١) المتوسطات الحسابية للأهمية النسبية لآراء عينة البحث في التصميمات المبتكرة وفقاً للمحاور الأربعة الخاص بالإستبيان قيد البحث
توصيات البحث :

- توصى الدارسة بضرورة متابعة خطوط الموضه ولكن بما يتناسب مع الفئه المصريه من حيث العادات والتقاليد والسن وغيره
- ضرورة أختيار الأزياء بما يلائم طبيعة جسم الفئه المصريه من حيث أختيار القصات والألوان .
- ضرورة عدم التأثر بزى الإعلاميين والفنانيين لمجرد الإعجاب بالشكل فقط .
- ضرورة الأهتمام بالمظهر العام للزى بحيث يكون متلائم مع الفئه المصريه .

المراجع :

- ١- إميلي عبدالملاك ١٩٧٣ " أثر الملبس فى السلوك النفسى والإجتماعى - رسالة ماجستير - غير منشورخ - كلية الإقتصاد المنزلى - جامعة حلوان "
- ٢- إيمان حلمى فرغل مسعود ٢٠٠٥ " الإعلام وأثره فى أختيار المراهقه لملابسها"- رسالة ماجستير - كلية الفنون التطبيقيه - جامعة حلوان
- ٣- إيمان صابر صادق شاهين ٢٠٢١ " فاعلية التسويق عبر المشاهير والمؤثرين فى مواقع التواصل

النتائج :

تم الرد على تساؤلات البحث حيث أثبت البحث أن الفئه المصريه تهتم بمتابعة أزياء رواد الإعلام والفن على مواقع التواصل الإجتماعى الإلكتروني , وكانت أهم نتائج البحث :

- تهتم الفئه المصريه بمواكبة الموضه على مواقع التواصل الإجتماعى الإلكتروني .
- هناك تأثير لرواد الاعلام والفن بمواقع التواصل الاجتماعى الإلكتروني على اختيار الفتيات المصريات لملابسهن .
- ومن أهم النتائج التى توصل إليها البحث الأتى :
- يتم التأثير وبشكل قوى على زى الفئه المصريه من خلال متابعتها لأزياء رواد الإعلام والفن على مواقع التواصل الإجتماعى الإلكتروني .
- يؤثر زى الإعلاميين والفنانين بشكل مباشر على الموضه .
- تقوم بعض الشركات الكبيره بإستخدام التسويق عبر المؤثرين من الإعلاميين والفنانين حيث أن ذلك يؤدى إلى زياده فى المبيعات , ويؤدى أيضا إلى بناء علاقته بين الجمهور ووسائل الإعلام , حيث أنهم يعتمدون عليها فى إتخاذ بعض قراراتهم , وفى تفسيرهم أو فهمهم وإدراكهم للأحداث والمواقف التى تحيط بهم .

- ١٣- سايا غوجل ٢٠١٥" أثر الإعلان عبر الهاتف المحمول في السلوك الشرائي للمستهلكين" - رسالة ماجستير غير منشوره - سوريا - جامعة دمشق
- ١٤- شيرين سيد محمد حسن ٢٠٠٩" دراسة مقارنة للمعايير التصميمية المستخدمه في الحياكه الراقيه والإنتاج الكمي للملابس" - رسالة دكتوراه غير منشوره - كلية الفنون التطبيقيه - جامعة حلوان "
- ١٥- الشيماء صلاح محمد محروس ٢٠٠٧ " دراسه تحليليه للوحدات والعناصر الفنيه التراثيه لبعض الحضارات المختلفه كمدخل لابنتكار تصميم أزياء للفنائه في مرحلة المراهقه" - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفيه
- ١٦- عبير عبدالله حسنين محسن ٢٠٢٢" رؤيه تصميميه معاصره للملابس النسائيه مستوحاه من الطراز المعماري للحرم المكي " مقالة - مجلة الفنون والعلوم التطبيقيه - كلية الفنون التطبيقيه - جامعة دمياط .
- ١٧- عليه أحمد عابدين ٢٠٠٠" دراسات في سيكولوجية الملابس" - دار الفكر العربي - القاهره "
- ١٨- عمرو أحمد محمد فاروق ٢٠١٣" توظيف جماليات ودلالات خطي الثلث والديوانى فى استحداث تصميمات أزياء نسائيه تتميز بالأصالة العربيه - ماجستير - كلية الفنون التطبيقيه - جامعة دمياط "
- ١٩- فاطمه أحمد الشافعى محمد ٢٠١١ " الاقتباس من بعض عناصر البيئه الطبيعيه لتصميم وتنفيذ بعض ملابس السهره للمحجبات" - رسالة ماجستير غير منشوره - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفيه .
- ٢٠- ماطر عبدالله حمدي ٢٠١٨ " اعتماد الشباب الجامعى على مواقع التواصل الإجتماعى فى التزود بالمعلومات " - رسالة ماجستير - قسم الصحافه والإعلام - كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط .
- ٢١- محمد المنصور ٢٠١٢ " تأثير شبكات التواصل الإجتماعى على الجمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الإجتماعيه والمواقع الإلكترونيه " - رسالة ماجستير غير منشوره - الأكاديميه العربيه المفتوحه - الدنمارك .
- ٢٢- محمود البسيونى ١٩٨٠ " اسرار الفن التشكيلى - عالم الكتب - القاهره "
- ٢٣- مروى السعيد السيد حامد ٢٠١٨" مصداقيه إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الإجتماعى الإجتماعى" - المجله العربيه لبحوث الإعلام والإتصال .
- ٤- ايناس السيد الريدى ١٩٩٩" دور التصميم فى الارتقاء بالتنوع الملبسى فى مجال الأزياء" - رسالة دكتوراه - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفيه
- ٥- أيه محمد محمد زهران ٢٠٢٢ " الإستفاده من فلسفه العماره الديناميكيه فى تصميم الأزياء " مقالة - مجلة الفنون والعلوم التطبيقيه - كلية الفنون التطبيقيه - جامعة دمياط .
- ٦- خالد محمد خير الشيخ ذيب ٢٠١٣ " أثر ظهور المشاهير فى الإعلان التلفزيونى على سلوك الشباب الشرائى للمنتجات الرياضيه - رسالة ماجستير - قسم التسويق - كلية الأعمال - جامعة عمان العربيه "
- ٧- داليا جابر مصطفى مكي ٢٠٢٠ " رؤيه تشكيليه لفن وتصميم الملابس فى ظل ثقافة العولمه والهويه المصريه" - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفيه "
- ٨- دعاء عمر محمد كتانه ٢٠١٥" وسائل التواصل الإجتماعى وأثرها على الأسره دراسه فقهيه " - رسالة ماجستير - كلية الدراسات العليا - جامعة النجاح الوطنيه - نابلس - فلسطين
- ٩- رضوى عيد محمود معتمد ٢٠٢٠" دراسة تحليليه لأزياء العصور الوسطى الأوروبيه لإبتكار تصميمات تصلح للملابس المنزليه الحريمى - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفيه "
- ١٠- رندا حسن على حسن ٢٠١٩" الاستفاده من تصميمات بعض المصممين العرب العالميين فى إثراء القيم الجماليه لملابس السيدات" - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفيه "
- ١١- رويوت جيلام سكوت ١٩٨٠" أسس التصميم" - ترجمة : عبدالباقي محمد , محمد محمود يوسف - دار نهضة مصر للطبع والنشر - الطبعة الثانيه - القاهره
- ١٢- سامر أحمد حمدي إسكا ٢٠١٠" إستحداث تصميمات مقتبسه من الزخارف الهنديه والفن السريالى لإثراء القيمه الجماليه للأقمشه والتصميمات الملبسيه " - رسالة ماجستير غير منشوره - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفيه

ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلى - جامعة المنوفيه.

٢٦- نهى فوزى عبدالوهاب أبو الروس " تفعيل دور

الدعايه والإعلان فى ترويج الملابس الجاهزه -

رسالة دكتوراه - قسم الملابس والنسيج - كلية

الإقتصاد المنزلى - جامعة حلوان "

٢٧- يسرى معوض عيسى أحمد ٢٠٠١" قواعد وأسس

التصميم - عالم الكتب - الطبعة الأولى - القاهرة

"

٢٨- يسرى معوض عيسى أحمد ٢٠١٤" أسس تصميم

الأزياء والموضه" - عالم الكتب - ط ١ - القاهرة

وعلاقتها بالنوايا الشرائيه لدى المستهلك المصرى
"- المجله العلميه لبحوث العلاقات العامه والإعلان

٢٤- نسرين عبدالوهاب المليجي ٢٠١٠" استحداث

تصميمات الأزياء للمرأة المصريه العامله مستوحاه

من جماليات الفنون الفرعونييه بما يتفق مع متطلبات

السوق المحلى "- رسالة دكتوراه - كلية الأقتصاد

المنزلى - جامعة المنوفيه .

٢٥- نسرين محمد إسماعيل خضر ٢٠١١" الاستفاده من

القيم الجماليه لتصميمات القميص الرجالي عبر

التاريخ فى تصميم بعض الملابس التراثيه للمساهمه

فى زيادة الحركه السياحيه فى مصر- رسالة

The Influence of Media and Art Leaders on Social Media Sites on Fashion

Abstract :

Fashion in clothing succeeds with every period of time. Each fashion differs its life cycle from another in the degree of acceptance it has achieved. It appears in wavelength. Therefore, marketing companies tended to use social media influencers such as bloggers who have thousands of followers in their media accounts. Social as an ambassador for its brands, where messages advertised by social media influencers are often seen as the most credible and convincing to consumers, so consumers are likely to follow the recommendations of their favorite influencer, and using social media influencers is more credible Because they have the flexibility to build relationships with consumers, especially for companies that target young people, hence the idea of research that includes the influence of media and art leaders in social media sites on fashion and the problem of research in answering the following questions: How to keep up with girls The aim of the research is to know the extent to which the media and artists have influenced Egyptian girls in social networking websites. Research is based on an analytical descriptive approach, an experimental approach. The research dealt with many topics, including fashion, clothing, electronic social networking, marketing and adolescence. A questionnaire was conducted on 400 students to determine whether the Egyptian girl is interested in following the fashion of media and art leaders on websites. Electronic social communication or not. The result is that they are already interested in following them.