

التغير القيمي والموضة لدى النساء

رواء احمد عناد حسين

raw24a6005@uoanbar.edu.iq

أ.د. نوري سعدون عبدالله

raw24a6005@uoanbar.edu.iq

جامعة الأنبار/ كلية الآداب

الملخص

يُعدّ التغير القيمي من الظواهر الاجتماعية المهمة التي تشهدها المجتمعات المعاصرة نتيجة التحولات الثقافية والاقتصادية والتكنولوجية، ويظهر هذا التغير بشكل واضح في سلوك الأفراد واتجاهاتهم، ولا سيما لدى النساء. ومن بين المجالات التي يتجلى فيها التغير القيمي بوضوح مجال الموضة والأزياء، إذ أصبحت الموضة وسيلة للتعبير عن الهوية الاجتماعية والثقافية، كما تعكس مستوى الانفتاح على الثقافات الأخرى وتتأثر قيم النساء المرتبطة بالمظهر واللباس بعدة عوامل، منها وسائل الإعلام، والتطور التكنولوجي، والعولمة، ووسائل التواصل الاجتماعي، فضلاً عن تأثير البيئة الاجتماعية والأسرة والأصدقاء. وقد أدى هذا التأثير إلى ظهور أنماط جديدة من السلوك الاستهلاكي والاهتمام المتزايد بالمظهر الخارجي ومتابعة أحدث صيحات الموضة كما أن التغير القيمي المرتبط بالموضة قد يؤدي إلى تحولات في منظومة القيم الاجتماعية مثل قيم الاحتشام والبساطة مقابل قيم الحداثة والتجديد والتميز. ومع ذلك، يختلف تأثير الموضة من مجتمع إلى آخر تبعاً لطبيعة الثقافة السائدة ومدى تماسك المجتمع بقيمه وتقاليد وبنائه على ذلك، تعد دراسة التغير القيمي المرتبط بالموضة لدى النساء مهمة لفهم طبيعة التحولات الاجتماعية والثقافية في المجتمع، والكشف عن العوامل التي تسهم في تشكيل اتجاهات النساء نحو الموضة، ومدى تأثيرها في القيم والسلوكيات الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: التغير، القيم، الموضة.

Value Change and Fashion Among Women

Rawah Ahmed Anad Hussein

Prof. Dr. Nouri Saadoun Abdullah

University of Anbar/College of Arts – Department of Sociology

Apstract

Value shifts are a significant social phenomenon in contemporary societies, resulting from cultural, economic, and technological transformations. This shift is clearly evident in individual behavior and attitudes, particularly among women. Fashion is one area where this value change is most pronounced, as it has become a means of expressing social and cultural identity and reflects openness to other cultures. Women's values related to appearance and clothing are influenced by several factors, including media, technological advancements, globalization, social media, and the influence of their social environment, family, and friends. Social media, along with the influence of the social environment, family, and friends, have also played a role. This has led to the emergence of new patterns of consumer behavior, increased attention to physical appearance, and a focus on following the latest fashion trends. Furthermore, the value shifts associated with fashion can lead to transformations in the social value system, such as a shift from values of modesty and simplicity to values of modernity, innovation, and distinction. However, the impact of fashion varies from one society to another, depending on the nature of the prevailing culture.

Keywords: change, values, fashion

المبحث الاول : العناصر الاساسية للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

شهد المجتمع العراقي خلال العقود الأخيرة سلسلة من التحولات البنيوية العميقة التي طالت مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وامتدت آثارها إلى منظومة القيم والمعايير الاجتماعية التي تنظم العلاقات بين الأفراد والجماعات. وقد كانت المرأة أحد أكثر الفئات الاجتماعية تأثرًا بهذه التحولات، إذ انعكست عليها مظاهر التغير الاجتماعي في أنماط السلوك، وأنماط التفكير، وأدوارها الاجتماعية داخل الأسرة والمجتمع.

وفي مدينة الرمادي التي تمثل بيئة اجتماعية ذات خصوصية ثقافية ودينية برزت مؤشرات واضحة على حدوث تغيرات في البنية القيمية للنساء نتيجة لعوامل متعددة، من أبرزها التطور

التكنولوجي والانفتاح الإعلامي، والتحويلات الاقتصادية، وتبدل الأدوار الاجتماعية بعد فترات النزاع والأزمات الأمنية التي مرت بها المدينة. هذه التحويلات قد أسهمت في إعادة تشكيل منظومة القيم، ولا سيما القيم المرتبطة بالموضة والعلاقات الإنسانية، التي تُعد ركيزة أساسية في بناء التماسك الأسري والاجتماعي.

وانطلاقاً من ذلك، تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي إلى أي مدى أسهمت مظاهر التغير الاجتماعي والثقافي في مدينة الرمادي في إحداث تحول في منظومة القيم لدى النساء، وبخاصة في ما يتعلق بقيمة المودة والعلاقات الإنسانية؟ ويتفرع من هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية، منها:

- ١- ما طبيعة القيم الاجتماعية السائدة لدى النساء في مجتمع الرمادي؟
 - ٢- ما أبرز مظاهر التغير القيمي التي شهدتها النساء خلال السنوات الأخيرة
 - ٣- ما العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي أسهمت في ذلك التغير
 - ٤ - كيف انعكس هذا التغير في القيم على مستوى المودة والتفاعل الاجتماعي بين النساء؟
- ثانياً : أهمية الدراسة

يشهد العالم المعاصر تحولات اجتماعية وثقافية متسارعة نتيجة التقدم العلمي والتكنولوجي وانتشار وسائل الاتصال الحديثة، الأمر الذي أسهم في إحداث تغيرات واضحة في منظومة القيم الاجتماعية لدى الأفراد. ويُعدّ التغيير القيمي من الظواهر الاجتماعية المهمة التي تعكس طبيعة التحويلات التي يمر بها المجتمع، إذ تتأثر القيم الاجتماعية بمجموعة من العوامل مثل التطور الاقتصادي والثقافي والانفتاح على المجتمعات الأخرى ووسائل الإعلام المختلفة ومن بين المجالات التي يظهر فيها التغيير القيمي بوضوح مجال الموضة والأزياء، حيث أصبحت الموضة جزءاً من الحياة اليومية للنساء، ووسيلة للتعبير عن الهوية الاجتماعية والشخصية. ولم تعد الموضة مجرد تقليد للأنماط السائدة في اللباس، بل أصبحت مرتبطة بمجموعة من القيم والاتجاهات التي تعكس درجة الانفتاح الثقافي والتفاعل مع المتغيرات الاجتماعية وقد أسهمت وسائل الإعلام الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي في نشر أنماط جديدة من الموضة والثقافة الاستهلاكية، مما أدى إلى زيادة اهتمام النساء بمواكبة أحدث صيحات الموضة، الأمر الذي قد يؤثر في بعض القيم الاجتماعية التقليدية ويؤدي إلى بروز قيم جديدة تتعلق بالمظهر والتميز والتجديد وانطلاقاً من ذلك، تبرز أهمية دراسة التغيير القيمي المرتبط بالموضة لدى النساء لما له من دور في فهم طبيعة التحويلات الاجتماعية والثقافية في المجتمع، والكشف عن العوامل المؤثرة في تبني النساء لأنماط الموضة المختلفة، ومدى انعكاس ذلك على القيم الاجتماعية والسلوكيات اليومية وتسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على طبيعة العلاقة بين التغيير القيمي والموضة لدى النساء، والتعرف على أبرز العوامل الاجتماعية والثقافية التي تسهم في

تشكيل اتجاهاتهن نحو الموضة، وذلك من خلال دراسة ميدانية تهدف إلى تحليل هذه الظاهرة في إطارها الاجتماعي.

١ - الأهمية النظرية

تتبع الأهمية النظرية للدراسة من كونها تسعى إلى توسيع الإطار المفاهيم لفهم ظاهرة التغيير القيمي ضمن بيئة اجتماعية محلية متميزة، وذلك من خلال ما يأتي

١ - إثراء الأدبيات السيسولوجيا في ميدان دراسات القيم، عبر تناول العلاقة بين التحول القيمي والمشاعر الإنسانية (الموضة) التي تمثل أحد أركان التفاعل الاجتماعي الإيجابي

٢ - محاولة بناء إطار نظري محلي يمكن أن يفسر طبيعة التغيرات القيمية في المجتمع العراقي بعد الأزمات، وهو ما يسهم في تطوير الفهم العلمي للتحويلات الاجتماعية في المجتمعات العربية

٣ - ربط الجانب المفاهيم بالنظريات السيسولوجيا التي تفسر التغيير الاجتماعي، مثل نظرية التفاعل الرمزي، ونظرية التحديث بما يتيح فهماً أكثر شمولاً للظاهرة المدروسة

٤ - تشكل دراستنا الحالية اضافة نوعيه الى الدراسات العراقية والعربية التي تركز على العلاقات بين القيم والموضة وماهي تأثيراتها على السلبية والايجابية بهذا الخصوص.

٢ - الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في إمكان الإفادة من نتائجها ميدانياً ومؤسساتياً على النحو الآتي

١ - تزويد صانعي القرار الاجتماعي والتربوي في محافظة الأنبار ومدينة الرمادي ببيانات ميدانية دقيقة عن أنماط التغيير القيمي لدى النساء، مما يساعد في وضع برامج تنموية واجتماعية تعزز القيم الإيجابية والمودة المجتمعية

٢ - توجيه الجهود التربوية والإرشادية والإعلامية نحو تقوية قيم التلاحم والموضة والتعاون الأسري، والحد من مظاهر الفردية أو الاغتراب القيمي التي قد تنتج عن التغيرات السريعة

٣ - إفادة المؤسسات الأكاديمية والباحثين في تطوير دراسات مقارنة بين البيئات العراقية المختلفة، من أجل فهم التغيير القيمي في سياقات متعددة ومتباينة ثقافياً.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وتحقيق فهم علمي متكامل لظاهرة التغيير القيمي لدى النساء في مدينة الرمادي، مع التركيز على انعكاس هذا التغيير في مفهوم المودة والعلاقات الاجتماعية، وذلك من خلال الأهداف الآتية.

١ - تحديد القيم الاجتماعية الأساسية السائدة لدى النساء في مدينة الرمادي.

٢ - تحليل العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي أسهمت في تشكيل مظاهر التغيير القيمي لدى النساء.

٣ - دراسة العلاقة بين التغيير القيمي والموضة بوصفها أحد أبعاد التفاعل الاجتماعي والروابط الإنسانية

٤ - الكشف عن الفروق الاجتماعية بين النساء في درجة التمسك بالقيم التقليدية أو تبني القيم الحديثة

٥- التوصل الى العديد من النتائج والاستنتاجات التي تفيد واضعي السياسات التي تخص المتغيرات الاجتماعية في المجتمع وطريقة التمسك بها.

المبحث الثاني : المفاهيم الاساسية للدراسة

أولاً: التغيير

لغة: يُشتق مفهوم التغيير من الفعل الثلاثي غَيَّرَ ويعني الإبدال والتحوّل من حالٍ إلى حالٍ أخرى) ابن منظور. لسان العرب. دار صادر، بيروت، ١٩٩٩، ص٣٧٦.

مصدره تغيير ، يتغير ، تغيراً، ومعناه تحول أو انتقال الشيء في ذاته و صفاته من حال لآخر عبد القادر الجرجاني، التعريفات . ج ١، بيروت: دار الكتب العلمية ، ١٩٨٨ ، ص ٨٧.

اصطلاحاً : التغيير " هو الاختلاف ما بين الحالة الجديدة و الحالة القديمة أو اختلاف الشيء لما كان عليه في خلال فترة محددة من الزمن وحينما تضاف كلمة الاجتماعي التي تعني ما يتعلق بالمجتمع، فيصبح التغيير الاجتماعي هو التغيير الذي يحدث داخل المجتمع .

اصطلاحاً : التغيير " هو الاختلاف ما بين الحالة الجديدة و الحالة القديمة أو اختلاف الشيء لما كان عليه في خلال فترة محددة من الزمن وحينما تضاف كلمة الاجتماعي التي تعني ما يتعلق بالمجتمع، فيصبح التغيير الاجتماعي هو التغيير الذي يحدث داخل المجتمع أي على البناء الاجتماعي خلال فترة من الزمن(محمد الدقس . التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق . د ط . عمان: دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، ١٩٨٧ ، ص١٥).

يُعرف عملية تحول تطراً على بنية الشيء أو وظيفته أو خصائصه، تؤدي إلى انتقاله من وضع سابق إلى وضع جديد، قد يكون كلياً أو جزئياً، مقصوداً أو عفويّاً سيرورة ديناميكية تتضمن تحولاً في أنماط التفكير والسلوك أو في النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع، نتيجة لعوامل داخلية أو خارجية(محمد الزهراني، التغيير الاجتماعي: المفهوم والأبعاد. دار الفكر العربي، ٢٠١٨ ، ص٢٤ إذن التغيير اصطلاحاً يشير إلى عملية تحول مستمرة تمسّ الجوانب المادية أو المعنوية في الكائنات أو المجتمعات اجرائياً:

التغيير الاجتماعي هو كل صور الاختلاف و التحولات و التباينات و التي تطراً على بناء أي مجتمع ، خلال مدة زمنية محددة ، ما يعني وجود قوى اجتماعية تساهم في حدوث التغيير ، في

اتجاه معين و بدرجات متفاوتة الشدة ، وهو قد يمس بناء المجتمع بأسره كما هو الحال في الثورات ، كما قد ينحصر في نظام اجتماعي معين كالأسرة مثلا
ثانيا: القيم :

تعرف القيم بأنها مفردا قيمة، قيمة الشيء، الثمن الذي يُعادل تكلفته(محمد الزهراني، التغيير الاجتماعي: المفهوم والأبعاد. دار الفكر العربي، ٢٠١٨ ، ص ٢٤)
القيم اصطلاحاً:

يعد مفهوم القيم مفهوماً أساسياً في هذه الدراسة لتوجيه البحث توجيهاً يساعد على إبراز ما للقيم من علاقة وثيقة بعمل المرأة في دولة العراق، وذلك من خلال التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تعرض لها مجتمع العراق خلال الفترة الحديثة، وانعكاس تلك التغيرات على منظومة القيم الاجتماعية بصفة عامة، والقيم الخاصة بالمرأة بصفة خاصة

لقد ظهر كثير من التعريفات التي تناولت مفهوم القيم، منها من وسع من نطاق هذا المفهوم، ومنها من ضيق من نطاقه حتى جاءت أحياناً متعارضة، بل أحياناً أخرى متداخلة ومتضاربة. حيث يرى بعض الفقهاء أن القيم لا تشبه المعايير من حيث كونها أكثر عمومية لأن القيمة اعتقاد بشيء، وهذا الاعتقاد يجسد المرغوب وغير المرغوب من الأفعال الاجتماعية، في حين يرى بعضهم الآخر أن المعايير والقيم أمر ضروري لاستمرار المجتمع والحفاظ عليه لأن السلوك البشري في حاجة إلى توجيه، ويأتي هذا التوجيه من القيم. وإذا كان "بارسونز" قد أكد على أهمية القيم، فإنه يرى أن معظم التعريفات قد حصرتها في إطاعة القواعد، وهو تعريف مبتور وغير كاف، لأن القيم هي المسؤولة عن تحديد السلوك وتوجيهه، هذا فضلاً عن أن تغير القيم سوف ينعكس بلا شك على الجوانب المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الخاصة بعمل المرأة. فعلى سبيل المثال يؤكد "جيمس فندر" James Vander أن قيم المجتمعات الحديثة تختلف عن قيم المجتمعات التقليدية، حيث تتسم القيم في المجتمعات الحديثة بطغيان الجانب المادي، والتأكيد على النجاح، والتأكيد على العمل والفاعليات، والتأكيد على التقدم سميير نعيم أحمد ، أنساق القيم الاجتماعية ملامحها وظروف تشكلها وتغيرها في مصر. مجلة العلوم الاجتماعية، ع ، القاهرة، ١٩٨٢، ص ١٢١-١٤٠.)

ثانياً: التغيير القيمي

هو عملية تحول تدريجي أو مفاجئ تطرأ على منظومة القيم السائدة في المجتمع، نتيجة لتأثيرات داخلية أو خارجية، تؤدي إلى تبدل في أنماط السلوك والمعايير الاجتماعية أن التغيير القيمي هو تحول في ترتيب أو أولوية القيم لدى الأفراد والجماعات نتيجة للمتغيرات الثقافية والاقتصادية والسياسية التي يشهدها المجتمع إذن، التغيير القيمي اصطلاحاً يعني التحول الذي يصيب منظومة القيم الاجتماعية سواء في مضمونها أو في درجة أهميتها لدى الأفراد سعيده

عبيد (١٩٩٧). تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة (١٩٩٧) ص ٣٢ .

التغير القيمي جزئياً: يُقصد بالتغير القيمي في هذه الدراسة مجموعة التحولات التي تطرأ على اتجاهات الأفراد ومعاييرهم السلوكية، ولا سيما لدى النساء، تجاه القيم الاجتماعية والأسرية والثقافية، والتي يمكن قياسها من خلال مؤشرات مثل الموقف من الموضة، أنماط الاستهلاك، أساليب الملابس، وطبيعة العلاقات الأسرية والاجتماعية، خلال فترة زمنية محددة وفي إطار اجتماعي معين) سمير نعيم أحمد ، أنساق القيم الاجتماعية ملامحها وظروف تشكلها وتغيرها في مصر. مجلة العلوم الاجتماعية، ع ، القاهرة، ١٩٨٢، ص ١٢١-١٤٠.

ثالثاً : الموضة

ان كلمة الموضة لغوياً: تعني كلمة الموضة الاستعمال الدارج لأي شيء، وفي أي وقت معين، من أولئك الذين يرغبون ان يكونوا على آخر طراز في هذا الوضع، ان الكلمة الانكليزية Fashion المقابلة لعبارة مودة بالعربية، منحدره من أصل لاتيني معناه صنع أي شيء Fashion and Faceres (عبد الرحمن العيسوي، علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٥، ص ٢٣) فهي تعني الكم وقد استعملها الكتبة بدلاً من الزي، وهو في الأصل الهيئة وعند (أهل اللغة) هيئة الملابس) عطية اللباني، رشيد، الدليل على مرادف العامي والدخيل، مطبعة الفوائد الخاصة، بيروت، ١٩٩٨م، ص ٤١.) ، ولقد جاءت كلمة Fashionable لتعني المودة الرائجة أو هي المطابقة للزي الحديث (N. S. Doniach، The Concise Oxford English-Arabic Dictionary With The Asttancf of Safakhu ، 1984، Baghdad، Darin Unireral Bookshop، N. Shamaa W.K،Lusi P.١٣٦). تتميز المودة بأنها ذات طبيعة اختيارية دائمة التغير وعلى مر العصور وهذه الصفة تتعارض مع التراث الاجتماعي والثقافي كالملابس وزينة الجسم والتي تمثل علامات ملزمة ومحددة للدلالة على الهوية أو المكانة الاجتماعية للفرد في بعض المجتمعات التقليدية، ومن سمات المودة هو التغير من حين لآخر ويجتهد الفرد الى حد ما في ملاحقتها، وهي في حقيقتها ذات طابع تنافسي، فالمودة أقل بروزاً في المجتمعات السابقة (المجتمعات التقليدية) (سمت، شارلوت سيمور المطابع الأميرية، القاهرة، ١٩٩٨م، ص ٦٦٦). أي ان المودة تستخدم كمؤشر على التغيير والحدثة إذ إن عمليات التغيير الاجتماعي تعمل على تقديم آفاق جديدة واستنابات رغبات جديدة واهتمامات جديدة تعمل على تغير التوجه من الماضي الى المستقبل. فهي وسيلة لإشباع الرغبات والحاجات التي يتطلبها الفرد والتي يطمح اليها والمودة كما تراها "إنصاف نصر" هي الاستعمال الشائع للملابس بواسطة بعض الناس في مدة زمنية معينة، وهي أيضاً عبارة عن التغير الدائم في الشكل والذوق، فهي لا ترتبط بالكلفة فقط أو

بألوان الملابس أو تحديدات التصميم فحسب، ولكنها تتعلق بكل شيء فني ملابس الرجل أو المرأة من قمة الرأس حتى القدم(حسن، انصاف نصر كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، ١٩٧٧م، ص١٢٨)

الموضة جزائياً: يُقصد بالموضة في هذه الدراسة مجموعة الأنماط السائدة في الملابس والزينة والمظهر الخارجي التي تتبناها النساء في المجتمع محل الدراسة، والتي تتغير تبعاً للتحويلات الاجتماعية والثقافية والإعلامية، ويمكن قياسها من خلال مؤشرات مثل درجة الالتزام بالأنماط الحديثة، ومستوى التأثير بوسائل الإعلام، ومدى التوافق أو التعارض مع القيم الاجتماعية والأسرية السائدة(عبد القادر، عرابي. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠١٤).

المبحث الثالث : اولا : الموضة في المنظور الاجتماعي والنفسي

ان التحليل الأكثر افتراضية للمودة يركز على سؤال رئيسي من هو المسؤول عن عملية المودة نحن ربما نبعد عن تفكيرنا إجابات مثل أن المودة ثورة جنونية لشغب جماعي، أو أنها لعبة صبيانية ترتكب من قبل مجاميع من الأشخاص يبحثون عن كسب مالي او شخصي، ان التحليلات الأكثر جدية تقع ضمن صنفين هما :

الأول : يبحث عن تفسير المودة على انها انعكاس لدوافع نفسية .

الثاني : يبحث عن تفسير المودة على انها عملية منظمة ومجتمعية أي أنها تمثل انساقاً قد تكون مؤقتة وطارئة يتبناها جمهرة من الأفراد والجماعات ولقد ركزنا في هذا الاتجاه على الإسهامات النفسية - الاجتماعية التي قدمها ((جبريل تارد)) جبريل تارد (١٨٣٤_ ١٩٠٤) قاضي فرنسي سعى الى تكوين نظرية عامة عن طبيعة المجتمع لأنه حاول ان يحلل منطقياً اشكال التفاعل الاجتماعي وصوره في كتابه الموسوم (قوانين التقليد) عام ١٨٩٠ فقد رأى ان اقبال الناس المتزايد نحو موضة الملابس والزينة وغيرها من الافعال الشخصية التي يقلدونها الناس على انها عدوى تشيع بين الناس بالمحاكاة(الكعبي، حاتم. حركات المودة: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والثقافية للتفاعل الإنساني. بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ط١، ٢٠١٤. ص ١٠١). وركز ((باجوت)) قبل ببضع سنوات على أهمية المحاكاة في الحياة الاجتماعية، كما أشار بورديه في مقالة له بعنوان ((حياة المجتمعات)) الى اهمية التقليد ويضرب مثالا على ذلك إذ يقو ان انتشار مخلوط من الغازات يعمل على توازن حجم هذه الغازات، فالمحاكاة تميل الى تحقيق التوازن في البيئة الاجتماعية)) والمخ تارد الى تأثره بالرياضي الفرنسي الشهير ((كورنو)) (١٨٠١-١٨٧١) الذي عرف عنه ضرورة تلازم وقوع الظواهر، وأهمية قياسها وحصرها، وكان كورنو قد أكد في أحد أعماله أنه يوجد في كافة ظواهر الحياة ميل طبيعي نحو المحاكاة، أي تكرار افعال مشابهة . ويرى تارد ان نطاق البحث العلمي يمر بثلاث عمليات كبرى ودائمة وهذه هي : التكرار ، والتعارض ، والتوافق فكل ضروب

التشابه ترجع الى التكرار، الذي عده قانوناً كونياً، بالمعنى نفسه الذي منحه سبنسر لمفهوم التطور. ويتجلى التكرار في صور مختلفة، ففي العالم الطبيعي يتمثل في الموجات، وفي علم الحياة يتمثل في التوالد، ويأخذ التكرار صورة المحاكاة على المستوى النفسي والاجتماعي (سيلز، ديفيد ل. (محرر). الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية. نيويورك: شركة ماكميلان ودار فري برس، ١٩٦٨، ص ٣٤٢) فالمحاكاة في عملية التفاعل الاجتماعي هي محاولة التشبه أو الظهور بمظهر التشابه من جانب شخص يتخذ شخصاً آخر نموذجاً له، وللمحاكاة أو التقليد أهمية كبيرة في عملية التنشئة الاجتماعية، لاسيما في المراحل الأولى من حياة الإنسان، إذ تسهم هذه العملية مساهمة كبيرة في النمو الذهني والجسمي، وتساعده على تكوين النفس الاجتماعية، ولا يقتصر التقليد على الأشخاص وإنما يحدث على نطاق الجماعات والحضارات، وهذا ما يسمى بالاقْتباس الحضاري (تيماشيف، نيقولا، مصدر سابق، ص ١٦٣. وكما ينظر (ربيع، محمد شحاتة، تاريخ علم النفس ومدارسه، دار غريب، القاهرة، ١٩٨٦، ص ١٤٦) فالتقليد والمحاكاة ملازمة للسلوك الإنساني، وهناك ميل قوي لدى الفرد لتقليد الجديد الذي يظهر على مستوى جماعة معينة سواء داخل المجتمع أو من ثقافات أخرى رغم ان بعض هذه التقليعات قد تتعارض الى حد ما مع ثقافة المجتمع المشترك. وركز ((تارد)) على دراسة الإيحاء والتقليد واثراً في صقل سلوك الجماعة والفرد (القرشي، غني ناصر حسين، المداخل النظرية لعلم الاجتماع ط ١، دار صفاء، عمان، ٢٠١١، ص ٤٠٤)، فقد يأخذ المجتمع في الظهور حينما يتجه الفرد نحو جعل سلوكه على نمط سلوك الآخرين ولكن كيف يكون شخصاً معيناً بالذات نموذجاً لشخص آخر؟ يجيب تارد عن ذلك بالإشارة الى أثارة التباين، أي ما يترتب على اختراع الفرد أو مباداته من أشياء ويعني ذلك ان الاختراع والمحاكاة يمثلان النمط المميز للعملية الاجتماعية (العتوم عدنان يوسف، المدخل الى علم النفس الاجتماعي ط ١، إثراء للنشر عمان ٢٠٠٨ ص ٢٩). فالعملية الابداعية ذات علاقة وثيقة في الجزء الأكبر منها بالتفاعلات الاجتماعية، وكلما كانت هذه التفاعلات متنوعة وكثيفة، ازدادت حظوظ التجديد، لأن الظاهرة الاجتماعية الاساسية هي التقليد فيما يتعلق بالأفراد أو الجماعة، على الرغم من ان هذه الظاهرة لا شعورية، ويختار المرء تجديداً اختيارياً شعورياً عندما يراه مفيداً ويكابد المرء بصورة لا شعورية سطوة شهرة شخص أو ثقافة جماعة يراها أكثر تطوراً أو اسمى من ثقافة جماعته، وعلى هذا النحو يشرح عدد من التصرفات، ولاسيما في مجالات الدرجة، والآراء والحياة الاقتصادية، والفن والأعراف. فالتجديدات تنتشر بالتقليد ولكنها تواجه معارضة عندما لا تكون متماسكة مع اشكال الحياة الاجتماعية الاقتصادية القائمة حالياً، او عندما تصطدم ايضاً بتجديدات أخرى قد تكون متناقضة وأساليب انتاج جديدة او اشكال جديدة من الحياة السياسية على سبيل المثال (سلامي، نوربير. منشورات وزارة الثقافة، دمشق، ٢٠١١، ص ٤٨٧). فالتقليد اذن يكمن عن طريق

الاختلاط المباشر او غير المباشر بين فئتين من الأفراد او مجموعة من الناس احدهما منشئ لها والآخر مقلداً لها. وعليه يكون السلوك الملبسي للشباب (الموضات) طبقاً لهذا المفهوم مكتسب عن طريق التقليد الذي يحدث بين شخص وآخر او بين مجموعة أشخاص ومجموعة أخرى. أما المحاكاة فهي العملية التي يصبح الاختراع بواسطتها مقبولاً اجتماعياً . فالمجتمع هو جماعة من الأفراد لديهم القدرة على محاكاة بعضهم البعض او قد تتحقق بينهم سمات مشتركة تعد نسخاً متكررة لنموذج واحد وتحدد معناها في أربعة ميادين، فالمحاكاة بالمعنى الفلسفي تعتبر نموذجاً لمبدأ التكرار الكوني، ومن الناحية العصبية هي وظيفة للذاكرة، أما بالمعنى السيكولوجي فمن الممكن أن نرد المحاكاة الى الإيحاء. ان المحاكاة يمكن وصفها بمماثلة لما يعرف بظاهرة التجول أثناء النوم. أما من الزاوية السوسولوجية فأن المحاكاة تستطيع أن تقدم لنا اجابات عن بعض التساؤلات الهامة منها لماذا يحدث من بين مائة اختراع، ان يقبل الجمهور عشرة فحسب، بينما تصبح بقية الاختراعات في طي النسيان؟ هناك قوانين منطقية لعملية المحاكاة، وأهم هذه القوانين هو أن الأفراد يحاكون نموذجاً بالذات لأنهم يعتقدون أنه أكثر نفعاً، أو أكثر توافقاً مع النماذج السائدة من قبل، كما أن محاكاة هذه النماذج تنتشر من مركز معين الى بقية قطاعات المجتمع، لأن هذه النماذج تتعدل خلال هذه العملية، بواسطة وسائل الاتصال. (زغير ، رشيد حميد دار الثقافة ، عمان ٢٠١٠ ، ص ٩٦) أما القوانين غير المنطقية فتتضمن التعميمات التالية : ان محاكاة النماذج الذاتية الأفكار تسبق محاكاة النماذج الموضوعية، كما أن محاكاة هذه النماذج تنقل عموماً من الطبقات العليا الى الطبقات الدنيا ويضاف الى ذلك ان محاكاة الماضي قد تكون هي النماذج السائدة، بينما في وقت آخر يعيش الأفراد في الحاضر فحسب. وهذا ما نعبر عنه اصطلاحياً في الوقت الحاضر بسيادة التقليد (محاكاة الماضي)، أو انتشار ((المودة)) محاكاة النماذج الجديدة(تيماشيف ، نيقولا، مصدر سابق ، ص ١٦٤). فالنقلية والمودات قد لا تكون اختراعاً جديداً فحسب وانما قد تكون محاكاة للماضي أو قد تكون عملية جمع بين الماضي والابتكار الجديد وقد عد تارد التقليد هو الحقيقة الاجتماعية الجوهرية، ولهذه الحقيقة قوانين تصف طبيعتها وأثارها، والتغير الاجتماعي ان كان ممكن الحدوث هو لأن الناس يقلدون ما هو جديد وكل ما هو بارز والنتيجة فأن المجتمع لا يمكن أن يوجد من غير تقليد، وهكذا يبدو واضحاً ان نظرية تارد في المحاكاة تضمنت عناصر رئيسية من النظرية السوسولوجية المعاصرة الا ان افكاره لم تلقى القبول في الوقت الحاضر، وبخاصة القانون الأول من القوانين غير المنطقية، وعليه يتعين تطوير قوانين أخرى، فضلا عن القانون الذي يقرر أن النماذج العليا تحدث بالضرورة تأثيراً يفوق تأثير النماذج الدنيا. مفهوم التقليد قد انتزع من ظاهرتي التنويم المغناطيسي والإيحاء وان هاتين الظاهرتين قد وصفتا من قبل علماء الأمراض العقلية. وحاول العديد من المفكرين التمييز بين الإيحاء والتقليد وأن كان البعض منهم يرى أن

الظاهرتين متداخلتان ولا يمكن فصل الواحدة عن الأخرى الا انه ليس من السهل في هذه المرحلة من البحث تعين دلالة واضحة لمفهوم الإيحاء لان هذا المفهوم كان قد استعمل من قبل العديد من المفكرين لدلالات مختلفة ومنها غير اجتماعية. يؤكد لنا ((نيوكمب Newcomb، موربي B.L Murpy، مورفي ((G.Murphy)) في كتابهم الموسوم (علم النفس الاجتماعي) التجريبي (Experimental Social Psychology) ان مفهوم الإيحاء (Suggestion) قد استخدم في تسمية ثلاثة ميول مختلفة من قبل علماء النفس وعلماء النفس الاجتماعي. وهذه الميول هي كما يلي (الكعبي ، حاتم ، السلوك الجمعي ، ج ١ ، مطبعة الديوانية الحديثة ، بغداد ١٩٧٢ ، ص ١٢٠) الميل لان يرجع الإنسان لوضعية ما المرجع نفسه الذي قام به من قبل في وضعية مشابهة سواء كان هذا المرجع مناسباً لهذه الوضعية الجديدة او غير مناسب. ميل الإنسان للاستمرار في عمل كان يعمل حتى ولو كان العمل خطأ . الميل للاعتقاد بكل ما يقال أو القيام بعمل كل ما يوعز الى الفرد القيام به بدافع بعض الدوافع الاجتماعية من قبيل الخوف من شخص أو احترامه، او حبه مثلاً، ان هذا النوع يسمى احياناً الإيحاء بواسطة النفوذ. وما يهمنا هو الإيحاء النفوذي لأنه قد استغل استغلالاً كبيراً في حقل السلوك الجمعي خاصة في تفسير المودة، فالإيحاء هنا حسب ما يرى ((فوغان)) وهو احد الباحثين المحدثين للإيحاء على انه تهيئة واعداد منبه من شأنه ان يحفز الرجوع المرغوب فيه بحيث يؤدي ذلك الى قبول معتقد ما، او امر ما قبولاً غير قائم على النقد والرؤية ليكون اساساً للعمل (الكعبي ، حاتم ، السلوك الجمعي ، ج ١ ، مطبعة الديوانية الحديثة ، بغداد ١٩٧٢ ، ص ١٢٠) فالإيحاء قوامه الضغط الشخصي لا الاقناع القائم على الحجة والدليل والتدبر العقلي. وقد أجريت العديد من التجارب التي قام بها ((هل، Hull)) و((أفلنك Aveling)) و((هاركريفز Hergreaves)) في الإيحاء برهنت على ان الناس الذين يخضعون للتجربة حول هذا الموضوع ينقسمون على قسمين: أولئك الذين يؤثر فيهم الإيحاء تأثيراً ايجابياً. أولئك الذين يؤثر فيهم الإيحاء تأثيراً سلبياً إذ وجد ان بعض الناس يعتقدون مثلاً أشياء هي عكس ما دعى اليه ناشر الدعاية. وقد يثار سؤال : اذا كان الإيحاء مهماً الى هذا الحد في نشر وذيوع المودة فما هي اذن السبل والعوامل التي تساعد على جعل الإيحاء ناجحاً؟ وللإجابة نشير الى العوامل والأساليب الآتية التي ترى جمهور من الكتاب في هذا الباب نفوذ مفعولها في نجاح الإيحاء والتي هي الكعبي ، حاتم ، حركات الموضة ، مصدر سابق ، ص ١٠٤) اثاره حاجات الناس ودوافهم العاطفية ومعتقداتهم الراهنة وامالهم ومخاوفهم. الاشتراك بواسطة المقاربة وهو أسلوب يقوم على مبدأ الوحدة الجزئية. الامتداح والأطراء من قبل ذوي النفوذ او من قبل من هم في الميدان أو ذوي سلطان، ان هذا الأطراء والامتداح او التفضيل قد لا يكون مصيباً او معقولاً في الواقع، ولكن الناس يتقبلونه لان الناس لا يسلكون على اساس من العقل دائماً وخاصة في هذا الباب من السلوك (المودة) الذي

يقوم عادة على التيارات غير منطقية في الأعم الأغلب . وسط الإيحاء ، أهو وسط سمعي؟ ام وسط بصري؟ لقد بينت الدراسة التي اجراها ((كاتر ولزر سفليد)) ان الاتصال المباشر (سمعي - بصري) أكثر اقناعا من السمعي (المذياغ)، وهو بدوره أكثر قدرة من الوسائل المطبوعة (الصحف - المجالات) والتلفزيون بين المذياغ والاتصال المباشر(عارف ، مجيد حميد، انثروبولوجيا الاتصال ، وزارة التعليم والبحث العلمي ، جامعة بغداد ، ١٩٩٠ ، ص ٨٤) هناك عوامل تفعل مفعولها في تيسير عملية الإيحاء في بعض الحالات الشخصية او الجماعية الخاصة منها، عامل الجهل، والعمر، والجنس، والهياج العاطفي، وتهيؤ الفرد للاعتقاد. فالشباب من البنات والبنون أكثر تأثيراً بالإيحاء ممن هم اكبر سناً والنساء بصورة عامة أكثر تأثراً بالإيحاء من الرجال، والمرء المنفعل أكثر تأثيراً بالإيحاء مما لو كان هادئاً. فمحاولة التأثير في الناس لحفزهم على شراء بضاعة ما، او تبني مودة ما، او قبول فكرة ما، او تدعيم ومساندة أمر من الأمور او حركة من الحركات تستلزم غالباً اللجوء الى الفنون الدقيقة في استعمال الإيحاء، واستعمال الأساليب التي بواسطتها نستطيع ان نعد (المنبه) المناسب للحصول على المرجع المرغوب فيه. من هنا يتبين ان ضبط سلوك الآخرين والسيطرة عليه يتوقفان الى حد كبير على الاستعمال الماهر الموفق للإيحاء. واعتقد بعض العلماء ان الإيحاء يتم بتأثير مؤثر خارجي في الشخص - من قبيل فكرة او منبه ما يتعرض له الفرد - في حين ان كتاباً اخرين يرون ان المنبه الإيحائي قد يؤثر في الفرد من الداخل ايضاً كانشغاله بفكرة هو يخلقها لنفسه مثلاً، ولذا فهم يسمون هذا النوع من الإيحاء بالإيحاء الذاتي الكعبي ، حاتم، السلوك الجمعي ، مصدر سابق ، ص ١٢٥ .

المبحث الرابع: التغيير القيمي والموضه في مدينة الرمادي

يُعدّ التغيير القيمي من الظواهر الاجتماعية البارزة التي ترافق التحولات البنوية التي يشهدها المجتمع، ولا سيما في ظل المتغيرات الاقتصادية، الثقافية، والتكنولوجية المتسارعة. ويشير التغيير القيمي إلى التحول الذي يطرأ على منظومة القيم والمعايير الاجتماعية التي تضبط سلوك الأفراد وتوجه تفاعلاتهم داخل المجتمع، سواء كان هذا التحول تدريجياً أو فجائياً، جزئياً أو كلياً، بما ينسجم مع المتطلبات الجديدة للواقع الاجتماعي (احسان محمد الحسن. النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الاولى ٢٠١٥ ص ١١٢-١١٨) وتُعد الموضه إحدى الظواهر الاجتماعية التي تعكس هذا التغيير القيمي بوضوح، إذ تمثل أسلوباً متجدداً في الملبس والمظهر والسلوك، يخضع لآليات القبول والرفض الاجتماعي، ويتأثر بالثقافة السائدة والرموز الاجتماعية المتداولة. فالاختيارات المتعلقة بالموضه لا تقتصر على الذوق الفردي، بل تعبّر عن دلالات رمزية تعكس الانتماء الطبقي، والهوية الاجتماعية، والمكانة داخل النسق الاجتماعي، وهو ما تؤكد عليه النظرية التفاعلية الرمزية التي ترى أن الأفراد يضيفون معاني

خاصة على المظاهر والرموز من خلال التفاعل الاجتماعي بلومر، ١٩٦٩)) وفي مدينة الرمادي، بوصفها مجتمعاً محلياً مرّ بتحوّلات اجتماعية واقتصادية وأمنية عميقة خلال العقود الأخيرة، برز التغير القيمي في أنماط الحياة اليومية، ولا سيما في ما يتعلق بالموضة، خصوصاً لدى فئة النساء والشباب. فقد أسهم الانفتاح الإعلامي، وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، والتأثر بالثقافات العالمية، في إعادة تشكيل التصورات المرتبطة بالاحتشام، والذوق العام، والقبول الاجتماعي، ما أدى إلى بروز أنماط جديدة من الموضة تختلف نسبياً عن الأنماط التقليدية السائدة سابقاً ويلاحظ أن هذا التغير لم يكن بمعزل عن السياق الأسري والثقافي للمجتمع الرمادي، إذ ما تزال القيم الدينية والعشائرية تؤدي دوراً مهماً في ضبط سلوك الأفراد وتحديد حدود المقبول والمرفوض اجتماعياً (California Press)، (١) 58- 52. pp. 1969. وعليه فإن التغير القيمي المرتبط بالموضة في مدينة الرمادي يتسم بطابع تفاعلي، يجمع بين المحافظة والتجديد، حيث تسعى الأفراد إلى التوفيق بين الالتزام بالقيم الاجتماعية التقليدية ومواكبة متطلبات العصر الحدي ومن منظور علم الاجتماع، يمكن تفسير هذا التغير بوصفه نتيجة طبيعية لعملية التحديث الاجتماعي، التي تؤدي إلى إعادة ترتيب سلم القيم داخل المجتمع، بحيث تتراجع بعض القيم التقليدية أو يعاد تأويلها، مقابل بروز قيم جديدة أكثر انسجاماً مع التحوّلات الاجتماعية الراهنة، دون أن يعني ذلك القطيعة التامة مع الموروث الثقافي العيسوي، ٢٠١٥ (عبد الرحمن العيسوي علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٥، ص ٢١٥-٢٢٣).

وعليه، فإن دراسة التغير القيمي والموضة في مدينة الرمادي تمثل مدخلاً مهماً لفهم طبيعة التحوّلات الاجتماعية التي يشهدها المجتمع المحلي، والكشف عن ديناميات التفاعل بين القيم التقليدية والاتجاهات الحديثة، بما يسهم في تقديم رؤية علمية أعمق حول واقع المجتمع واتجاهاته المستقبلية عدّ التغير القيمي من الظواهر الاجتماعية البارزة التي تشهدها المجتمعات المعاصرة، ولا سيما في البيئات التي تعرضت لتحوّلات سياسية واقتصادية وثقافية متسارعة، كما هو الحال في مدينة الرمادي. ويظهر هذا التغير بوضوح في أنماط الموضة، بوصفها تعبيراً رمزياً عن التحوّلات التي تصيب منظومة القيم والمعايير الاجتماعية. فالملبس لم يعد مجرد حاجة وظيفية، بل أصبح وسيلة للتعبير عن الهوية والانتماء والمكانة الاجتماعية، وعن طبيعة العلاقة بين الفرد والمجتمع. ويؤكد عرابي عبد القادر أن الموضة ظاهرة اجتماعية-نفسية تعكس التفاعل المستمر بين القيم السائدة من جهة، ورغبة الأفراد في التميز والمسايرة من جهة أخرى. فالإنسان يتأثر بالبيئة الاجتماعية المحيطة به، ويعيد إنتاج القيم من خلال أنماط استهلاكه ومظهره الخارجي، وبذلك تصبح الموضة أداة للتكيف مع التغير الاجتماعي أو أحياناً للاحتجاج عليه. ومن هذا المنطلق، فإن انتشار أنماط لباس جديدة في مدينة الرمادي يمكن فهمه بوصفه

نتيجة للتغير في البناء القيمي الناتج عن الانفتاح الإعلامي، ووسائل التواصل الاجتماعي، والتواصل مع ثقافات أخرى كما يوضح المنظور النفسي للموضة أن الأفراد، ولا سيما فئة الشباب والنساء، يميلون إلى تبني الموضة بوصفها وسيلة لتحقيق القبول الاجتماعي وإشباع الحاجات النفسية المرتبطة بتقدير الذات والشعور بالانتماء. وفي السياق الرمادي، يتقاطع هذا البعد النفسي مع الخصوصية الثقافية للمجتمع، حيث تسعى الأفراد إلى التوفيق بين القيم التقليدية والاتجاهات الحديثة في الملابس، مما يؤدي إلى ظهور أنماط وسطية تجمع بين الأصالة والمعاصرة. (عربي عبد القادر، المنظور الاجتماعي والنفسي للموضة، دار المعرفة الجامعة، الإسكندرية ص ٣٣-٤١)

المبحث الخامس : ثقافة الموضة في المجتمع العراقي

الإعلام (الموسى، عصام سليمان، عمان، ٢٠٠٣، ص ٢٥) بثقافة المودة علاقة بنوية للمودة من خلال ما يبث من برامج مختلفة عبر وسائله المتعددة (كالتلفزيون والإذاعة الصوتية والمرئية والانترنت، وبقية وسائل الاتصال الحديثة). فالرؤية الكلاسيكية أو التقليدية للمودة (الملابس (صبحي، سنية خميس، بالفلكور، ط ١، عالم الكتب، ٢٠٠٧، ص ٢٣) ومكملاتها (اكسوارات) (ط ١، دار الندوة الجديدة، بيروت، ١٩٨٦، ص ١٣٧) حشرت في الماضي في مظهرها المادي والتي اقترنت اساسا بالطبقات العليا، من ذوي المكانة الاجتماعية العالية من دون الطبقة الوسطى أو الفقيرة، ان هذه المودة في المدة المعاصرة أصبحت ثقافة وهي ظاهرة اجتماعية شاملة، متعددة ومتداخلة الابعاد. وبالرغم من ان ظاهرة المودة تمثل ظاهرة تاريخية افرزتها اوضاع اجتماعية، فهي ظاهرة سياسية تستهدف تهميش ملامح الثقافة الوطنية أو تغييرها نتيجة طمس ما هو تقليدي من هذه الثقافة ورفع أنماط جديدة من العادات والقيم والسلوكيات الغربية المقترنة بالملابس والإكسسوارات عبر وسائل الإعلام لفئات عمرية وشرائح اجتماعية مختلفة عامة، والمراهقين والشباب خاصة (لانهم قوة اجتماعية ناشئة مهمة تؤثر في موازين القوى الاجتماعية الفاعلة في المجتمع). وهي ظاهرة اقتصادية تتمثل في تدوير عجلة العمل والانتاج تتجسم في الأسواق الكبيرة المفتوحة والتي يتم فيها عرض الجديد من الموضات وهي ظاهرة ثقافية/ ميدانية خاصة ذات دلالة مجتمعية خاصة بالنسبة إلى جماعات المراهقين والشباب من حيث تقليد ومحاكاة ملابس وإكسسوارات الآخرين. وكذلك تبني أنماط سلوكية مبهرة ومثيرة تحمل دلالات ورميزات تتميز بها هذه الجماعات عن غيرها من الجماعات الأخرى. ويرتبط الإعلام بثقافة الموضة برباط وثيق إذ يرتبط الشباب بوسائل الإعلام والاتصال في المجتمع العراقي في مدينة الصدر (مجتمع الدراسة) من جهة ويرتبط الشباب بعضهم مع البعض الآخر من جهة أخرى بمنظومة قيمية (اجتماعية / ثقافية) تميزهم عن بقية الشرائح الاجتماعية فاخرقت qm,hgl هذه الفئة العمرية بإدخال وتبني نماذج الموضات من الملابس والإكسسوارات المختلفة

وأصبحت قيم الشباب اليوم تمثل ركيزة جوهرية تقوم عليها صناعات وأنشطة ومشاغل كانت بالأمس القريب، فحسب، غير مألوفة في المجتمع العراقي/ مدينة الرمادي، فقد صنعت ثقافة المودة الترفيه، (الأحلام، الأوهام)، فالصناعات الجديدة أسهمت إلى حد كبير في تحويل الأفراد والجماعات الاجتماعية من حالة تقليدية إلى حالة أخرى يمكن ان نطلق عليها مرحلة (التغيير) تركز هذا التغيير على المراهقين والشباب خاصة لأنها تحول واقعهم الى - Unepseudo Repalite يرى فيه البعض ملاذ للراحة الترويح عن النفس، ويرى البعض الآخر انه مصدر حيرة وقلق وضياح واستلاب وهذا ما اكده (تيودور ادرنو، وماكس هوركهايمر مؤسساً مدرسة فرانكفورت معتقدين "ان مؤسسة الإعلام الحديث ما هي الا أداة للسيطرة الاجتماعية انتاج المجتمع بأنماطه السائدة) (New York, 1999, P. ١٥). ويمارس الإعلام عبر البث الواصل في مدينة الرمادي الترويح والتأسيس لثقافة الموضة في المجتمع عبر وسائل الاتصال الجديدة والحديثة واهم هذه الوسائل

الاستنتاجات

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية واضحة بين التغيير القيمي لدى النساء واتجاهاتهن نحو الموضة، حيث أصبحت الموضة وسيلة للتعبير عن الذات والهوية الاجتماعية. تبين أن وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في تسريع عملية التغيير القيمي، من خلال عرض أنماط جديدة من الأزياء والسلوكيات. كشفت الدراسة عن وجود فجوة بين الأجيال في تبني القيم المرتبطة بالموضة، إذ تميل الفئات العمرية الأصغر إلى الانفتاح والتجديد مقارنة بالفئات الأكبر. أظهرت النتائج أن المستوى التعليمي والثقافي له تأثير في طبيعة التغيير القيمي، حيث كانت النساء الأكثر تعليماً أكثر قدرة على الانتقاء الواعي للموضة. بينت الدراسة أن بعض مظاهر الموضة تسهم في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية التقليدية، خصوصاً ما يتعلق بالاحتشام والعادات المجتمعية. توصلت الدراسة إلى أن التغيير القيمي لا يعني بالضرورة التخلي عن القيم الأصيلة، بل قد يكون مزيجاً بين الحداثة والتقاليد. أظهرت النتائج أن البيئة الاجتماعية (الأسرة، الأصدقاء) تؤثر بشكل مباشر في توجيه سلوك النساء نحو تبني الموضة أو رفضها.

ثانياً: التوصيات

ضرورة تعزيز الوعي الثقافي لدى النساء حول كيفية التوفيق بين القيم الاجتماعية الأصيلة ومتطلبات الموضة الحديثة. توجيه وسائل الإعلام إلى تقديم نماذج إيجابية للموضة تراعي خصوصية المجتمع وقيمه. تشجيع المؤسسات التربوية على إدماج موضوعات التغيير القيمي والموضة ضمن البرامج التوعوية. دعم المبادرات التي تسعى إلى تصميم أزياء محلية تعكس الهوية الثقافية وتواكب الموضة العالمية إجراء دراسات مستقبلية حول تأثير الموضة على فئات

أخرى (مثل المراهقات أو الرجال) لفهم أوسع للظاهرة تعزيز دور الأسرة في غرس القيم الإيجابية ومتابعة تأثير الموضة على سلوك الأبناء. العمل على تحقيق توازن بين الحداثة والأصالة بما ينسجم مع طبيعة المجتمع

المراجع والمصادر

- ١- ابن منظور. لسان العرب. دار صادر، بيروت، ١٩٩٩، ص ٣٧٦.
- ٢- عبد القادر الجرجاني، التعريفات . ج ١، بيروت: دار الكتب العلمية ، ١٩٨٨ ، ص ٨٧.
- ٣- محمد الدقس . التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق . د ط . عمان: دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، ١٩٨٧ ، ص ١٥.
- ٤- محمد الزهراني، التغيير الاجتماعي: المفهوم والأبعاد. دار الفكر العربي، ٢٠١٨ ، ص ٢٤.
- 5- ابراهيم بن محمد الحجري، التغيير بالقيم، اكااديمية القيم، ٢٠٢٣ ، ص ٣.
- ٦- سعيدة عبيد (١٩٩٧). تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة. دراسة ميدانية على عينة من الأسر في الإمارات. رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة عين شمس،
- ٧- سمير نعيم أحمد ، أنساق القيم الاجتماعية ملامحها وظروف تشكلها وتغيرها في مصر. مجلة العلوم الاجتماعية، ع ، القاهرة، ١٩٨٢، ص ١٢١-١٤٠.
- 8- عبد الرحمن العيسوي، علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٥، ص ٢٣.
- ٩- الربيعي، فلاح حسن. التغيير الاجتماعي والقيمي في المجتمع العربي. دار المسيرة، عمان، ٢٠٢٢.
- 10- A. Merriam، Webster، Fashion، Websters Collegiate Dictionary Springfield : G. C. Merriamco 1949، P.300;
- كذلك ينظر: البعلبكي، منير، قاموس انكليزي - عربي، دار العلم للملايين، بيروت، ٢٠٠٩، ص ٤٢٦.
- 11- عطية اللباني، رشيد، الدليل على مرادف العامي والدخيل، مطبعة الفوائد الخاصة، بيروت، ١٩٩٨م، ص ٤١.
- 12- N. S. Doniach، The Concise Oxford English-Arabic Dictionary Wilh The Asttancf of Safakhu Lusi، N. Shamaa W.K، Darin Unireral Bookshop، Baghdad، 1984، P.136.

- ١٣- سمث، شارلوت سيمور ، موسوعة علم الانسان، (المفاهيم والمصطلحات الأنثروبولوجية)، ترجمة علياء شكري وآخرون، الهيئة العامة للشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، ١٩٩٨م، ص٦٦٦.
- ١٤- حسن، انصاف نصر، عروض الأزياء من الناحيتين الفنية والتسويقية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، ١٩٧٧م، ص١٢٨ .
- ١٥- عبد القادر، عرابي. المنظور الاجتماعي والنفسي للموضة. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠١٤.
- 16- جبريل تارد (١٨٣٤ _ ١٩٠٤) قاضي فرنسي سعى الى تكوين نظرية عامة عن طبيعة المجتمع قوامها التقليد والمحاكاة من خلال ظروف مهنة لبحث طبيعة الأجرام مكوناً نظرية معارضة لنظرية لمبروز
- ١٧- الكعبي، حاتم. حركات المودة: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والثقافية للتفاعل الإنساني. بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ط١، ٢٠١٤. ص ١٠١ .
- 18- سيلز، ديفيد ل. (محرر). الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية. نيويورك: شركة ماكميلان ودار فري برس، ١٩٦٨، ص 342.
- ١٩- تيماشيف، نيقولا، مصدر سابق، ص١٦٣ . وكما ينظر (ربيع، محمد شحاتة، تاريخ علم النفس ومدارسه، دار غريب، القاهرة، ١٩٨٦، ص١٤٦
- 20- القرشي، غني ناصر حسين ، المداخل النظرية لعلم الاجتماع ط١ ، دار صفاء ، عمان ، ٢٠١١، ص ٤٠٤ ،
- ٢١- العتوم عدنان يوسف ، المدخل الى علم النفس الاجتماعي ط١ ، إثراء للنشر عمان ٢٠٠٨ ص ٢٩ .
- ٢٢- تيماشيف، نيقولا. نظرية علم الاجتماع: طبيعتها وتطورها. ترجمة: محمود عودة وآخرون؛ مراجعة: محمد عاطف غيث. القاهرة: دار المعارف، الطبعة السابعة، ١٩٨١، ص ١٦٤ .
- ٢٣- سلامي ، نوربير ، المعجم الموسوعي في علم النفس ، ترجمة وجيه اسعد ، ج٢ ، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق ، ٢٠١١ ، ص ٤٨٧ .
- ٢٤- زغير ، رشيد حميد ، وصالح ، يوسف محمد ، الانحراف والصحة النفسية ط١ ، دار الثقافة ، عمان ٢٠١٠ ، ص ٩٦ ،
- ٢٥- تيماشيف ، نيقولا، مصدر سابق ، ص ١٦٤ .
- ٢٦- الكعبي ، حاتم ، السلوك الجمعي ، ج١ ، مطبعة الديوانية الحديثة ، بغداد ١٩٧٢ ، ص ١٢٠ .
- ٢٧- الكعبي ، حاتم ، حركات الموضة ، مصدر سابق ، ص ١٠٤

- 28- الكعبي ، حاتم ، السلوك الجمعي ، مصدر سابق، ص ١٢١ - ١٢٢
- ٢٩- الكعبي ، حاتم ، حركات الموضة مصدر سابق ، ص ١٠٧ .
- ٣٠- عارف ، مجيد حميد، انثروبولوجيا الاتصال ، وزارة التعليم والبحث العلمي ، جامعة بغداد ، ١٩٩٠ ، ص ٨٤ .
- ٣١- الكعبي ، حاتم، السلوك الجمعي ، مصدر سابق ، ص ١٢٥ .
- ٣٢- احسان محمد الحسن. النظريات الاجتماعية المتقدمة ،دار وائل للنشر ،عمان ، الطبعة الاولى ٢٠١٥ ص ١١٢-١١٨ .
- 33- Herbert Blumer، Symbolic Interactionism: Perspective and Method، University of California Press، 1969. pp. 52 -58
- ٣٤- عبد الرحمن العيسوي علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٥، ص ٢١٥-٢٢٣ .
- ٣٥- عرابي عبد القادر ، المنظور الاجتماعي والنفسي للموضة ، دار المعرفة الجامعة ، الاسكندرية ص ٣٣-٤١ .
- ٣٦- الموسى، عصام سليمان، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتابي للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٣، ص ٢٥
- ٣٧- عابدين، علية، دراسات في المرأة والأزياء، ط١، دار الندوة الجديدة، بيروت، ١٩٨٦، ص ١٣٧
- 38- Ellis، Cashmore، and Chris، Rojet، Dictionary of Cultural Theorists Edward Arnold Pulplishers Ltd. New York، 1999، P. 15.