



مُدُونات الموضة (الفاشينستا) والتغير الثقافي لمنظومة القيم لدى
فتيات دول مجلس التعاون في ضوء ثقافة العولمة:
دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا الثقافية

سيد فاضل حيدر مهدي علوي

باحث

قسم التدريب والإرشاد، دائرة المكتبات بجامعة البحرين

البحرين

sidfdl@hotmail.com

مُدُونَات الموضة (الفاشينيستا) والتغير الثقافي لمنظومة القيم لدى فتيات دول مجلس التعاون في ضوء ثقافة العولمة: دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا الثقافية

سيد فاضل حيدر مهدي علوي

الملخص

تهدف الدراسة إلى تعرف مفهوم مُدُونَات الموضة وعلاقتها بثقافة الاستهلاك في دول مجلس التعاون الخليجي، وإلى معرفة العلاقة بين ممارسات مُدُونَات الموضة ومنظومة القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية في ضوء ثقافة العولمة وتأثيرها في تغيير منظومة القيم لدى الفتيات المتابعات من دول مجلس التعاون الخليجي. المنهجية: بلغ عدد أفراد العينة البحثية (611) مستجيبة من فتيات دول مجلس التعاون الخليجي. وقد استخدمت الاستبانة أداة رئيسة للدراسة. وشملت الاستبانة 40 عبارة من نوع الاختيار من متعدد، وقد تم التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها. كما أُدخِلَت البيانات وحُلَّت بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS، (نسخة 22). وقد اعتمدت الدراسة على الإحصاء الوصفي، واختبار (ت)، ومعامل الارتباط بيرسون. أمّا عن النتائج، فقد أظهرت وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية في ميل الفتيات نحو ثقافة المُدُونَات، في التفاعل الاجتماعي والظهور في المناسبات الوطنية والخاصة، بالإضافة إلى ثقافة الملابس والمأكّل، والتفاخر باقتناء الماركات العالمية من الملابس والإكسسوارات التي تظهر بها في وسائل التواصل الاجتماعي. الخلاصة: لقد خلص البحث إلى الازدواجية بين مفهوم مُدُونَات الموضة وبين عملهن في مجال التسويق لمختلف الأنشطة التجارية التي تحقق لهن الثراء، كما تُعتبر المُدُونَات أكثر من أسهمن في نشر ثقافة عمليات التجميل التي انتشرت مؤخرًا.

كلمات مفتاحية: مُدُونَات الموضة؛ الفاشينيستا؛ التغير الثقافي؛ القيم؛ العولمة.

Fashionista and Cultural Change: Exploring Gulf Cooperation Council Girls' Value System in the Globalized World: A field study in cultural anthropology

SAYAED FADHEL HAIDER

Abstract

The present study aimed to identify the concept of Fashionista, girls- bloggers and followers of fashion and its relationship to the culture of consumption in the Gulf Cooperation Council (GCC) countries, and to explore the relationship between the practices of Fashionista and the system of cultural, social, economic and ethical values in the light of the culture of globalization and its impact on changing the value system of the girls from the GCC countries. Methods: Among a sample of (611) Responsive, The author built the study tool, a questionnaire consisting of (40) multiple-choice statements. The validity and reliability of the tool was found to adequate. The study population consisted of all GCC countries. Results: The results revealed the tendency of the girls-bloggers of fashion to embrace the culture of blogging, social interaction and appearance in national and private events, in addition to the prevailing culture of clothing and food, and boast of the acquisition of international brands of clothing and accessories that appear in the social media. In conclusion, The duality between the concept of fashion blogs and their work in the field of marketing commercial activities, and blogs are considered more than one publication in spreading the beauty culture that has spread recently.

Keywords: Fashion Followers and Bloggers; Fashionista; Cultural Change; Value; Globalization.

انتشار البرامج والتطبيقات التواصلية التي مكنت الفئات الفتية في المجتمع من التواصل والتفاعل الكبير من خلالها. إن ما أسهم في تهميش دور الأسرة في عملية البناء الثقافي بالقيم المجتمعية هو بروز مُدُونات الموضة كواجهة تتوفر فيها عناصر الإبهار والصورة الجمالية التي تتمناها الفتيات، كما أنها تحظى بعدد كبير من المتابعين يتعدى المليون من دول مجلس التعاون. فمع تعدد المكاسب التي تحققها المُدُونات يوماً بعد يوم والدور الذي تمارسه في فرض فلسفة التغيير الثقافي دون وعي وإدراك لتسهم في عمليات التحول الاجتماعي على مختلف الأبعاد: الاقتصادية السياسية، والثقافية، والتربوية، والعقائدية والأسرية، والتربوية وغيرها، فقد نشأت إشكالية المفهوم في أوساط المهتمين بشؤون الثقافة والهوية والقيم، فقد ورد مفهوم مُدُونات الموضة أو ما يعرف بالفاشينستا (Fashionista) بأنه يعني " الفتاة التي تبدو دائماً في مظهر أنيق وجميل، معتمدة على ملامحها الجمالية، وقوامها الجسدي، مع اختيار ملابسها من العلامات التجارية المشهورة في عالم الأزياء".

Robinovitz, 2004: 52 & (De la Cruz) فرغم الاختلافات والتفاوت بين نظرية المفهوم كمصطلح يُشير إلى معنى مفاده الجديد الشائع في عالم الأزياء، وبين واقعيته التي يفهم منها على أنها عرض للأزياء من أماكن بعيدة عن منصات عروض الأزياء كفن جديد أفرزتها فضاءات وسائل التواصل الاجتماعي، فخلقت بذلك جدلاً تجاه توصيفه توصيفاً دقيقاً يحدد معناه الاصطلاحي، وفي اتجاه آخر يتفق الجميع على أن مُدُونات الموضة أسهمن بشكل كبير في تحسين عمليات التسويق والشراء للملابس التي يروجن لها مستغللات العدد الكبير من المتابعات من فتيات دول مجلس التعاون. (المؤسسة اللبنانية للإرسال: فيديو: ٢٠١٨) وهذا ما يفسر واقع ثقافة الاستهلاك والقيم الفردية التي تُوصّلها تلك المُدُونات إلى الجمهور الهائل من الفتيات المتابعات، حيث يتضمن أسلوب حياة المُدُونات حاجات مصطنعة لا تعبر عن حياة الفتاة الخليجية، مع إظهار الرفاهية والحرية المطلقة في الملابس والسلوك.

وقد انتقل نشاط المُدُونات من عرض اليوميات والتصنع في الحركات السلوكية، إلى نشر السلع الاستهلاكية للمحلات التجارية على نطاق الربح المادي المبني على الترويج والدعاية والإعلان وحققت مبالغ طائلة، بل تفوّقت في عملية التسويق والترويج أكثر من شركات الدعاية والإعلان المتخصصة التي لا تحصل ربح أرباحهن، كما أصبحت المؤسسات التجارية تتهاافت على طلب تلك المُدُونات لعرض منتجاتها وسلعها، (مجلة ليايلينا: فيديو: ٢٠١٩) وقد لعب الإعلان دوراً بارزاً بالغ الأهمية في ثبات المُدُونات واستمرارهن في تقديم المزيد من رموز وصور الثقافة الاستهلاكية، وإعلاء القيم الفردية، والبحث عن المتعة والترفيه من خلال الاستهلاك الثقافي للمادة التي يقدمونها.

في المقابل، أدى ذلك المحتوى الذي تتابعه الفتيات إلى تسليح القيم والأفكار والمعاني والمشاعر داخل الأسرة الخليجية

في ضوء التقدم المضطرد في المجال التكنولوجي والمعلوماتي، بدأ التحول شبه الكامل للمجتمع نحو ثورة الاتصالات بأبعادها المختلفة، الإعلامية والاتصالية والترفيهية، حتى انهارت أيديولوجيات المجتمع بأحزابه المتعددة، مما جعل التغيير في ثقافة قيم المجتمع تكون الأبرز في المشهد العالمي، وفي المقابل لم تستطع الحكومات رفض السلعة التكنولوجية مع علمها بما أحدثته تلك الفضاءات المفتوحة في استقطاب الثقافة العالمية، والتي تسببت في تدمير منظومة القيم الثقافية المحلية.

ولأن العالم فطن إلى تحديات التحول الثقافي المادي والمعنوي، فقد أقرت منظمة اليونسكو عدداً من الاتفاقيات التي تصون التراث الثقافي (الأمم المتحدة، ٢٠٠٥: ٧٢)، بوصفه البوتقة التي تستند عليها أمة في أداء دورها الإنساني والحضاري داخل المجتمع، والضامن الأمثل لتحقيق التنمية المستدامة، ويلاحظ من ذلك أن عمليتي العولمة والتحول الثقافي، شأنهما شأن ظاهرة التعصب والتسلط؛ لأنهما يُعرضان المنظومة الثقافية للمجتمع لعوامل التدهور والزوال، وثمة ما ينبغي الإشارة إليه، هو أن المنشغلين بالتنظير الذهني يدركون تماماً ذلك التدهور، بينما لا يدرك الآخرون الذين يمارسون حياتهم الفعلية تلك التحولات التي تمر على الأمة والدولة والمجتمع.

وبالتعمق بصورة أكثر في قضية التنظير الذهني، يتبين أن الإرث التاريخي - الثقافي بدأ يتأثر بطرق مختلفة عما هو سائد في تحليلات النقاد والباحثين، فالتدابير المعلنة من قبل الجمعية العمومية للأمم المتحدة بشأن الاتجار بالممتلكات الثقافية المادية والمعنوية، لم تستوعب الدور الذي بلغه الاختراق الثقافي لمنظومة القيم المجتمعية، في شقه المادي، فالتأثيرات المتبادلة بين الشكل والمضمون في شخصية الفتاة الخليجية "أصبحت تعاني من ازدواجية في وجود نمطين من الحياة، أحدهما تقليدي على غرار النموذج التراثي، والآخر عصري مُستنسخ من النموذج الغربي" (الجابري، ١٩٩٩: ٢٤). فالأول يتباهى بما تركه الأجداد والآباء والذي أُستمد من قيم المجتمع ومورثه الديني، والثاني يخطو نحو تحرر المرأة ومساواتها وحقوقها في كل جوانب الحياة والذي ينطلق أساساً من المجتمعات الحديثة المعولمة، ورغم التباين واختلاف الواقع الذي تعيشه الفتاة بدول مجلس التعاون فيما يخص القيم المجتمعية، فإن حركة التطور التكنولوجي لازمتها حركة تغيير ثقافي، وهو ما أحدث تحولا في تحديد معالم الهوية وتوجهاتها نحو ثقافة القيم.

ومع تعاظم دور شبكات الاتصال والتواصل المجتمعي بانتشار الهواتف الذكية التي باتت وسيلة أساسية للترفيه والتثقيف والتعليم في المجتمعات العربية، ضعف دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية، فاستطاعت ثقافة العولمة أن تطرح بوسائلها المختلفة أشكالاً ومضامين إعلامية غير متوقعة على الأسر العربية بوساطة الإعلانات الدعائية المغايرة للثقافة العربية ولقواعد السلوك والأخلاق السائدة، (الجميلي، ٢٠١٥: ٣٥) وكذلك

مشكلة الدراسة:

برزت مسألة القيم وثقافة العولمة تطفو على المسرح الدولي كموضوع عالمي استحوذ الاهتمام، وبات التغيير في منظومة القيم يستلزم الخضوع للتجديدات العالمية في كل مجتمعات العالم. (اليونسكو، ٢٠٠٥: ٤) وارتبط موقع المجتمع بعامل التكنولوجيا في التفاعل المجتمعي؛ لتصبح الأخلاق والمبادئ والقيم تُصاغ بناءً على ما تفرضه العولمة، فالتغيير الثقافي في ظل التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات أحدث ثورة اجتماعية غير مسبوقه على مستوى تغيير القيم بالشق المادي، والذي تدرج لينتقل منها إلى الشق المعنوي ليُصبح المجتمع مرتهاً تحت تأثيرات العولمة وآلياتها التي منها انبثقت برامج التواصل الاجتماعي؛ لتكون الأداة الأبرز في تغيير ثقافة القيم في المجتمع، فظهرت من خلالها مُدُونَات الموضة (الفاشيستا) لتقود حركة التغيير في منظومة القيم لدى فتيات دول مجلس التعاون الخليجي بمسي التجديد والتطور (السالم، ٢٠١٦)، حيث يتم ذلك تحت تأثير إغراء لا يقاوم من التدفق السوري والإعلامي، مما يُلغي عقول الفتيات ويجعل الصورة هي المفتاح الثقافي الجديد الذي يقود حركة التغيير في سلوكياتهم وتصرفاتهم التي تظهر أنهم أكثر انفتاحاً وتقليداً لما تقوم به مُدُونَات الموضة، وعليه يمكن القول بأن مُدُونَات الموضة في المجتمع الخليجي قد يتركز في المستقبل المنظور بصماتهن الواضحة على منظومة القيم في دول مجلس التعاون الخليجي لما يحظين به من متابعة من جمهور عريض على صفحات التواصل الاجتماعي. وضمن ذلك تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد مدى تأثير مُدُونَات الموضة في منظومة القيم في دول مجلس المجتمع الخليجي في ضوء ثقافة العولمة. وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما واقع ممارسات مُدُونَات الموضة المتعلقة بمنظومة القيم في دول مجلس التعاون في ضوء ثقافة العولمة، من منظور فئة الإناث بدول المجلس؟

ومن هذه المشكلة، تتفرع الأسئلة البحثية التالية:

- ١: ما مفهوم مُدُونَات الموضة وعلاقة الملابس بتغير ثقافة الفتيات وتوجهاتهن في دول مجلس التعاون الخليجي؟
- ٢: ما ممارسات مُدُونَات الموضة المتعلقة بالبعد العلمي والثقافي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس؟
- ٣: ما ممارسات مُدُونَات الموضة المتعلقة بالبعد الاجتماعي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس؟
- ٤: ما ممارسات مُدُونَات الموضة المتعلقة بالبعد الاقتصادي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس؟
- ٥: ما ممارسات مُدُونَات الموضة المتعلقة بالبعد السلوكي والأخلاقي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس؟

الواحدة، مما ولد ضغوطاً اقتصادية وثقافية على معظم أرباب الأسر حتى الميسورة منها، فصارت الفتيات غير قادرات على الصمود أمام كل ما هو جديد على صعيد الملابس والسلع المروج لها من قبل هؤلاء المُدُونَات، فتظهر الرغبات والاحتياجات المصطنعة وغير الضرورية جراء تفشي قيم الاستهلاك والرغبة في تقليدهن، وهذا ما أوجد حالة من تنميط الأذواق، بالإضافة إلى الإجماع الزائف على استهلاك سلعة أو خدمة لا يكون الفرد ولا المجتمع في حاجة إليها، بل لا تتفق مع أوضاعه المعيشية ولا مع أولوياته. (الجميلي، ٢٠١٥: ٤١) كما أن اللافت للنظر هو أن بعض ملابس المُدُونَات لا تتفق في تصميمها وخطوطها مع أجسامهن وأعمارهن من جهة، ومع طبائع المجتمع من جهة أخرى، فهي تحمل دلالات التبعية الثقافية بوعي ودون وعي للدول الأجنبية، فما تقوم به المُدُونَات من نقوش وعلامات رمزية بحجة أنها من مكمّلات الملابس والزينة، إنما يدل على العلاقة بين جسم المُدُونَات والعالم الذي ينتمين إليه من ناحية، فانتشار ظاهرة الوشم أو النقش على الجسم لها دلالات الارتباط بثقافة الاستهلاك في المجتمع الغربي من ناحية أخرى.

وعلى الرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها دول مجلس التعاون الخليجي في المحافظة على القيم الاجتماعية ومواجهة خطر التغيير الثقافي لمواطني دول المجلس، (مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ٢٠١٥) فإن مؤسسات العولمة اخترقت كل الاستراتيجيات المانعة للثقافة المجتمعية.

فاتفاقية التجارة الحرة بين دول مجلس التعاون الخليجي (المركز الإحصائي، ٢٠١٨: ١٠) سمحت بمعاملة الشركات الأجنبية كمعاملة الشركات المحلية، وتضمنت الاتفاقية ملحقاً خاصاً بالتجارة الإلكترونية بهدف تعزيز تبادل المعلومات والمشاركة في التجارة الإلكترونية، وهذا ما أسهم في انتقال رأس المال واقتحام السوق والترويج للسلع الاستهلاكية. ومع التغيير الكبير في ثقافة التواصل لأفراد المجتمع والانتقال من الفضاء الاجتماعي إلى الفضاء الرقمي، وجدت مُدُونَات الموضة نفسها فجأة تملك جماهيرية واسعة، والملايين من المتابعين والمتابعات، يعتمدون على قوامها وإبراز صورتها على غير العادة تحت مسمى عرض اليوميات والتنسيق الأنيق للملابس؛ لتفرض نفسها كشخصية مؤثرة في سلوكيات الفتيات المتابعات، وبالرغم من قناعة الباحث بالتباين والاختلاف في انتماءاتهن الأيديولوجية، إلا أن جمال الصورة، والإبهار بالمظهر هما الهوس الأبرز الذي يعكس شخصياتهن.

وبالتالي فإن الدراسة الحالية تسلط الضوء وتعالج موضوع مُدُونَات الموضة (الفاشيستا) معالجة علمية، مع دراسة الأثر الذي أفضى إلى تغير القيم الثقافية لدى فتيات دول مجلس التعاون الخليجي في ضوء ثقافة العولمة.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في التعرف على المدى الذي يمكن من خلاله مُدَوَّنات الموضة أن يغيّرُن في منظومة القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية السائدة لدى فتيات دول مجلس التعاون الخليجي في ضوء ثقافة العولمة، وفي سياق ذلك تفرع عنه الأهداف الفرعية الآتية:

- ١- الوقوف على مفهوم مُدَوَّنات الموضة وعلاقة الملابس بتغير ثقافة الفتيات وتوجهاتهنّ في دول مجلس التعاون الخليجي.
- ٢- التعرف على ممارسات مُدَوَّنات الموضة المتعلقة بالبعد العلمي والثقافي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس.
- ٣- تعرّف ممارسات مُدَوَّنات الموضة المتعلقة بالبعد الاجتماعي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس.
- ٤- تعرّف ممارسات مُدَوَّنات الموضة المتعلقة بالبعد الاقتصادي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس.

- ٥- تعرّف العلاقة بين ممارسات مُدَوَّنات الموضة المتعلقة بالبعد السلوكي والأخلاقي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون من منظور أفراد العينة من الإناث بدول المجلس.

أهمية الدراسة:

تنطلق الأهمية من المبادئ والتوجهات الثقافية لدول مجلس التعاون الخليجي في الحفاظ على الهوية الحضارية العربية والتصدي لمحاولات الاستلاب الثقافي (الأمانة العامة لدول مجلس التعاون لدول الخليج، ٢٠٠٨)، وعليه يمكن تلخيص الأهمية في الآتي:

- ١- الكشف عن العلاقة بين مُدَوَّنات الموضة وثقافة فتيات دول مجلس التعاون الخليجي، يضع المجتمع الأصلي تحت طائل المسؤولية الاجتماعية في مواجهة تقليد كل ما هو موجود في وسائل التواصل الاجتماعي، والذي هو مرتبط بالتغيرات العالمية، الأمر الذي يجعل صنّاع القرار يتعاملون تلك الظواهر بتشريعات تحافظ على قيم المجتمع ونظامه.
- ٢- إن التغيير الكبير في نمط الثقافة الاجتماعية يفتح الباب حول الحاجة المهمة لعمل الدراسات والبحوث التي تُسلط الضوء على ظاهرة انتشار مُدَوَّنات الموضة والازدياد الملحوظ في عدد المتابعين لهنّ عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، والأثر الذي تتركه على حالة التراجع الثقافي لفتيات دول مجلس التعاون الخليجي.
- ٣- تأتي هذه الدراسة للتعرف على الدور الذي تُمارسه مُدَوَّنات الموضة على المنصات الالكترونية بمختلف أشكالها، والتي باتت واقعاً ينقل الصورة الرخيصة لثقافة الإعلام الربحي الذي يستجلب الاهتمام الشكلي، وبالتالي التأثير الثقافي لقيم المجتمع الخليجي وعاداته.

مصطلحات الدراسة:

مُدَوَّنات الموضة (الفاشينيستا):

بحسب اطلاق الباحث، لم ترد كلمة مُدَوَّنات أو (الفاشينيستا) في أغلب دوائر المعارف العربية من المعاجم والموسوعات المتخصصة، بينما جاء في المعاجم الأجنبية أصل التسمية من كلمة (fashion) بالإنجليزية وتعني موضة و(بالإسبانية، "ista")، وهذه الحروف الأربعة تم إضافتها للكلمة الأولى لتعلق الحكم بموصوفه، لتُصبح (fashionista)، ومعنى الكلمة حرفياً هو موصّتي. (2017, Spanish: 155-164) ويعرفها الباحث اجرائياً، بأنها المرأة التي تتبع آخر صيحات الموضة، وتقوم باختيار ملابسها وفقاً لرؤيتها التنسيقية، وتعتمد على نفسها في تنسيق الملابس والقطع المختلفة، مع لمسات المكياج وإضافة بعض الإكسسوارات من الماركات العالمية، وتتمتع بشهرة واسعة في المجتمع، كما تعتمد على تدوين كل اختياراتها على منصة إلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي.

التغير الثقافي:

يرجع الأصل اللغوي لمفردة التغير إلى "تَغَيَّرَ يَتَغَيَّرُ ، تَغْيَرًا ، فهو مُتَغَيَّرٌ أي تحول أصبح على غير ما كان عليه ، تبدّل (المعجم الوسيط، ٢٠٠٤: ٨٠) أما الثقافة فمدلولها اللغوي يرجع إلى ثقاف أي حدق وفهم وصار حاذقاً فَطِنًا (ابن منظور، ٢٠٠٢: ١٩) أما الثقافة اصطلاحاً فتعرف بأنها المركب الذي يتكون من المعرفة والمعتقدات والفن، والأخلاق، والقانون، والعادات، وغيرها من المقدرات والأعراف التي يكتسبها الإنسان بصفته عضواً في مجتمع. (أبو مصلح، ٢٠١٥: ٤٠).

أما المفهوم الإجرائي لمصطلح التغير الثقافي فهو: التغير والتحول في مجموعة المفاهيم والأعراف المجتمعية التي تظهر في الفكر والتوجه والسلوك المجتمعي، وتتضمن الأنماط والمظاهر المجتمعية من علوم ومعتقدات وفنون وقيم كذلك العادات والتقاليد.

منظومة القيم:

رغم كثرة المصنفات اللغوية كالمعاجم والقواميس ذات الاختصاص اللغوي، إلا أنها افتقرت نسبياً حينما تناولت مفردة القيم، بل لم تقدم مترادفة صريحة لمفردة القيم، ولم تُعطِ دلالات واضحة المعنى في الاشتقاق اللغوي لهذه المفردة، ففي لسان العرب (ابن منظور، ١٩٩٧: ٥٠٦) نجد المعنى تحت مادة قوم بمعنى القيام الذي هو نقيض الجلوس أي قام يقوم وقياماً، وفي المعجم الوسيط (انس وآخرون: ٧٦٨) نجدها تحت مادة ق ي م، بمعنى قيمة أي تقدر القيمة، كما وردت في مواضع أخر بمعنى الاستقامة والاعتدال، فيقال قيم القوم، أي الذي يقومهم ويسوس أمرهم، وأما القاموس المحيط للفيروز آبادي (٢٠٠٨: ١١٠) فإنه يعيد تكرار المعاني ذاتها للفظة قوم وليس قيم. ويذكر أن القيمة، بالكسر، واحدة القيم، وما له قيمة إذا لم يدم على شيء، فالقيم إذن وفق ماورد في معاجم اللغة جمع لكلمة قيمة وهي ثمن الشيء بالتقويم.

المُدُونَات من خلال متابعة عارضات الأزياء ونجوم تلفزيون الواقع المشهورات عالمياً، واللاتي يَظَهَرْنَ في كل موسم على منصات عروض الأزياء العالمية في أسابيع الموضة، كما تقوم المُدُونَات بإجراء بعض عمليات التجميل بين فترة وأخرى تماشياً مع ما هو جديد في عالم الجمال والأزياء، وأشار أحد الباحثين إلى أن فكرة المُدُونَات "انطلقت من المجتمعات الصناعية الرأسمالية، كالولايات المتحدة الأمريكية، وبعض الدول الأوروبية كالمملكة المتحدة التي بدأت تنتشر فيها ثقافة الجمال والموضة كالوباء الذي سيطر على عقول الفتيات اليافعات وأثر تأثيراً كبيراً على قيمة اللبس في أواخر القرن التاسع عشر لينطلق إلى الفضاء الكوني عبر وسائل إعلامية مختلفة"، (603: 620-Day, 2017) مع تباين العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية مع الاستهلاك والحاجة. فالعامل الثقافي لفتيات دول مجلس التعاون الخليجي (المستوى التعليمي والاجتماعي) له الأثر الأكبر في تشكل ثقافة الاستهلاك، وذلك وفقاً للأنماط الاستهلاكية المتعارف عليها في المجتمع، فالملاحظ أن اختلاف حاجات الفتيات فيما يتعلق باللبس تعدى المحيط الاجتماعي وخصائصه، لينتقل إلى محيط العالمية، وهذا ما أظهرته نتائج بعض الدراسات التي أكدت على أن أنماط الاستهلاك زادت واختلقت بين الفتيات نظير التطور الكبير في مجال تكنولوجيا المعلومات والإنترنت، (إبراهيم، ٢٠١٧: ١٠٣). ورغم اختلاف اللغات والثقافات بين شعوب العالم؛ إلا أن زوال القيود الوطنية، وتدفق الأفكار عبر قوة وسائل الإعلام العالمي، وكذلك بريق الاعلانات أدت إلى تسليح القيم، (الأفكار، المعاني، والمشاعر) ليصل فيها الترف إلى مستويات عالية جداً، ويُعزى ذلك إلى الاتصال بثقافة المجتمعات الأجنبية، وبروز ثقافة الاقتصاد كواجهة تقوم عليها كيانات الدول، إذا صار المال أهم ركيزة ثقافية، فالاستهلاك لازم حالة الترف والتطور ولكن بالمعنى العكسي؛ الذي أفضى إلى قلة الإنتاج والاعتماد على الغير في كثير من شؤون الحياة، وإذا ما نظرنا إلى الواقع الاستهلاكي الخليجي في الفترة الراهنة وتحديداً عند المُدُونَات، فسرنى أن الواقع تغير تماماً عما كان، فبعدما كانت التطلعات الثقافية تُعبر عن روح الجميع، وتُظهر شخصية المجتمع في عاداته ونمط حياته، إلا أنه حدا نحو النزعة الفردية، وانطلقت فيه شهوات الاستهلاك إلى أقصى حد، فالتعطش الشديد لامتلاك السلع والبضائع ومنتجات الشركات متعددة الجنسية هي السمة البارزة التي أسهمت في استلاب هوية المُدُونَات وزرعت فيهن عبودية الخضوع نحو رغبة التقليد حتى في المأكل، فنظام الأكل عبر سلسلة المطاعم الأجنبية، فرض أيضاً نظام الوجبات السريعة، وهو ما جعل من الأجنبي أنموذجاً يتجذر في ذهنية مُدُونَات الموضة، ويصبح معتقداً قبل أن يكون استهلاكاً، فمنطق السوق وعقلية الربح لمُدُونَات الموضة، حتمت انتشار ثقافة الاستهلاك، دون رضا أو دون استئذان، لتنتشر معها ظاهرة الموضة، وتصل لكل فتيات دول مجلس التعاون عبر المتابعات المليونية التي وصلت إليها تلك المُدُونَات.

ويعرف الباحث القيم إجرائياً بأنها مجموعة من الضوابط السلوكية الراسخة التي توجه الفرد في جميع تصرفاته وأموره المجتمعية، وتكون حلقة متصلة بتنظيم علاقاته على مستوى الاستقامة والانضباط واحترام العادات والتقاليد وحرمة سير المجتمع، بما يحقق القبول والرضا العام داخل المجتمع.

ثقافة العولمة:

يعرفها الباحث إجرائياً بأنها سيطرة ثقافية واحدة تسري على جميع أقطار العالم بموجب القوة المعلوماتية والهيمنة التكنولوجية بمختلف وسائلها، وتخضع جميع مجتمعات العالم تدريجياً تحت تأثير تلك الثقافة التي تدخل في كل نمط حياة الأفراد.

حدود الدراسة:

حدود موضوعية: يتحدد موضوع الدراسة الحالية في الكشف عن العلاقة بين مُدُونَات الموضة والتغير الثقافي لمنظومة القيم في دول مجلس التعاون الخليجي في ضوء التأثير المباشر لثقافة العولمة.

حدود مكانية: وتمثل في دول مجلس التعاون الخليجي الست، وهي مملكة البحرين، والمملكة العربية السعودية، ودولة الإمارات العربية المتحدة، ودولة الكويت، وقطر، وسلطنة عمان.

حدود بشرية: اقتصرَت الدراسة على عينة من مواطني دول مجلس التعاون الخليجي من الإناث تحديداً ممن لديهم اهتمام ومتابعة لمُدُونَات الموضة في دول المجلس.

حدود زمانية: طبقت الدراسة ميدانياً على أفراد عينة الدراسة بدول مجلس التعاون الخليجي في العام ٢٠٢٠م.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، إذ إنه المنهج الذي يهتم بوصف الظاهرة قيد الدراسة وصفاً موضوعياً منظماً؛ وذلك بهدف تقصي ارتباطاتها الديناميكية بالظواهر الأخرى، ودرجة تفاعلها معها، ممّا يعين الباحث على تحليل الظاهرة وتفسيرها وتعميم النتائج التي تم التوصل إليها في حدود سياقات البحث ومتغيراته.

الإطار النظري للدراسة:

مُدُونَات الموضة وبداياتها في مجتمع الخليج العربي.

شاع في الأوساط المجتمعية في الآونة الأخيرة مصطلح مُدُونَات الموضة أو ما يُعرف بالفاشينيستا (fashionista)، خصوصاً بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، واستحواذها على اهتمامات شرائح المجتمع المختلفة؛ منها على سبيل المثال تطبيق الانستغرام (INSTGRAM)، وسناب شات (SNAPCHAT) وغيرها.

كما يُطلق مصطلح مدونة الموضة على الفتاة أو السيدة التي تعشق الموضة وتتابع أجدد صيحاتها أولاً بأول، وتتخذ من التدوين عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي طريقاً لنشر إطلاقاتها اليومية، وعرض تفاصيل أزيائها وإكسسواراتها والماركات التي تفضلها، (العناني، ٢٠١٦) ويتابعها آلاف وأحياناً ملايين من المعجبات والمهتمين بعالم الموضة والجمال. وقد استوحيت فكرة

ودولة قطر، وبلغ الحجم الأولي للعيينة (٦٢٣) إمراة (أو فتاة)، وبعد فحص استجابات المشاركات، واستبعاد بعض الأوراق بسبب نقص البيانات، تم استبقاء (٦١١) ورقة استجابة مكتملة البيانات. ويشكل هذا العدد العينة النهائية، والتي تمثل (٩٨٪) من المجتمع الأصلي. ويتوزع أفراد العينة على الدول الست كالتالي: (١٢٩) من الكويت، و(١٢٥) من السعودية، و(١٠٦) من البحرين، و(١٠١) من الإمارات، و(٩٠) من سلطنة عمان، و(٦٠) من دولة قطر.

متغيرات أفراد العينة:

- الدولة، ولها ستة مستويات: الإمارات العربية المتحدة، ومملكة البحرين، ودولة الكويت، والمملكة العربية السعودية، وسلطنة عمان، ودولة قطر.
- الحالة الاجتماعية وله ثلاثة مستويات: لم يسبق الزواج، متزوجة، مطلقة.
- المؤهل الدراسي، وله ثلاثة مستويات: ماجستير فأعلى، بكالوريوس، دبلوم وأقل.

وفي وصف عينة الدراسة:

أوضحت النتائج أن متوسط عمر عينة الدراسة هو ٢٨,٦ سنة، وأن ٦٠٪ لم يسبق لهم الزواج، و٣٥٪ من المتزوجات، و١٠٪ من المطلقات، وبحسب التوزيع الكلي للعينة، مثلت دولة الكويت ما نسبته ٢١,١٪، والسعودية ٢٠,٤٪ من مجموعة العينة، وكانت نسبة ١٧,٣٪ من أفراد العينة من البحرين، في حين مثلت الإمارات ١٦,٥٪، وتلتها عمان بنسبة تمثيل ١٤,٧٪ وقطر بنسبة ٩,٨٪.

أداة الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة الحالية تم إعداد أداة لجمع البيانات مراعيًا في ذلك طبيعة العينة التي تُطبق عليها الدراسة، فتم استخدام الاستبانة التي صممها الباحث بعد الاطلاع على أدبيات الدراسة، كأسلوب أداة يمكن أن يُجمع عن طريقها أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات لمعرفة رأي أفراد عينة الدراسة في سلوكيات مُدُونات الموضة، وتحديد الممارسات السلوكية التي تمس التغيير الثقافي لمنظومة القيم، والمحددات التي تؤثر بها تلك المُدُونات فتيات دول مجلس التعاون الخليجي، كما يسهل قياسها بواسطة الفئة المستهدفة من عينة الدراسة، حيث تم تصميم الاستبانة لقياس متغيري الدراسة وهما: الممارسات السلوكية لمُدُونات الموضة، والتغير الثقافي في منظومة القيم المجتمعية للفتيات المتابعات والمحددات التي تتأثر بها، وقد مرت عملية إعداد الاستبانة بمجموعة من الخطوات، وذلك على النحو الآتي:

* دراسة وتحليل الأدب النظري المتعلق بمُدُونات الموضة في المجتمع الخليجي، والمصادر الأساسية التي تُستمد منها الثقافة، والتي من خلالها تم استخلاص مجموعة من العبارات الملائمة لطبيعة الدراسة الحالية في المجتمع الخليجي.

ومن هنا استطاعت مُدُونات الموضة في فرض أنفسهن وثقافتهن على المجتمع، باستخدام المنصات الاتصالية، والاعتماد على المظهر الخارجي كشفرة تواصلية تُعطي صورة مميزة لبروز قوام الجسد، ويظهر أسلوبهن في الملابس، وما يُصاحبه من اكسسوارات وقصات الشعر ووسائل التجميل المستخدمة كي تجذب انتباه أفراد المجتمع.

في الوقت ذاته تستأثر مسألة القيم عند مُدُونات الموضة بفراغ ثقافي كبير يجعلهن يقمن بكل ما يُثير انتباه أفراد المجتمع، ويُظهر حالة الفراغ باستهلاك الثقافة المبنية على التقليد لكل ما هو جديد في الساحة العالمية، كقصات الشعر ورسم الأوشمة، واستخدام الاكسسوارات وأحياناً تصنع الحركات النمطية المستوحاة من واقع الحياة الغربية التي تمثل قيم ذلك المجتمع. إنَّ ما أسهم في جذب انتباه الفتيات لمُدُونات الموضة هو سيادة سلطة المظهر التي أصبحت من أهم الأولويات في المجتمع المادي، لذلك نجد أن الشريحة الأكبر من الفتيات المراهقات يكونون الطرف الأكثر تقبلاً واستهلاكاً للقيم الشكلية بطريق العرض والطلب التجاري، وبما أن المنصات الالكترونية كوسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً أساسياً في عملية نشر ثقافة المجتمعات، فقد دخلت المُدُونات ليقمن بدور المؤثر على فتيات المجتمع، وأصبحن يجسدن المبادئ والمعاني المحببة لسلوكيات غير مقبولة لقيم المجتمع الخليجي، فالموضة تستمد قوتها واستمرارها من حس الانتماء، ومدى الانتشار الثنائي بين الترويج التجاري للسلع، وبين الاستهلاك الثقافي الذي يصاحبه تبني القيم والمبادئ المصاحبة لذلك الانتشار، فالتقبل والاستهلاك للموضة لم يجد صعوبة في فرض أيقونته، خصوصاً أن فئة الفتيات في المجتمع يجدن الإثارة والمغامرة في كل ما هو مستحدث في عالم الموضة العالمية، التي يعتبرونها النموذج الناجح لأسلوب الحياة الجديد.

الواقع الميداني لممارسات مُدُونات الموضة تجاه فتيات دول مجلس التعاون والتغير الثقافي لمنظومة القيم في ضوء ثقافة العولمة:

أولاً- أهداف الدراسة الميدانية:

يتمثل هدف الدراسة الميداني في التعرف على مدى تأثير مُدُونات الموضة في تغيير منظومة القيم المجتمعية تجاه فتيات دول مجلس التعاون الخليجي في ضوء ثقافة العولمة والذي قسمه الباحث إلى أربع أبعاد رئيسية: البعد العلمي والثقافي، والبعد الاجتماعي، والبعد الاقتصادي، والبعد السلوكي والأخلاقي.

مجتمع وعينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية طبقية، تمثل المجتمع الأصلي للدراسة، وتتكون من الإناث فقط بدول مجلس التعاون الخليجي، وذلك في ضوء أهداف الدراسة الحالية. وقد تم سحب العينة من الدول الست بالمجلس، وهي: الإمارات العربية المتحدة، ومملكة البحرين، ودولة الكويت، والمملكة العربية السعودية، وسلطنة عمان،

العيثة، وسلامة صياغتها اللغوية. وقد ذكر ثمانية محكمين (٨٠٪) أن الأداة، بوجه عام، تسهم في تحقيق الأهداف التي وضعت من أجلها. غير أن عدداً من المحكمين أبدوا أيضاً بعض الملاحظات المهمة حول ترتيب وتعديل وإضافة وحذف بعض العبارات من الاستبانة؛ لعدم مناسبتها، وقد أخذ الباحث بمقترحاتهم، وتم استبعاد ١٥ عبارة غير مناسبة، حيث أصبحت الاستبانة بصورتها النهائية تتكوّن من (٤٠) عبارة.

ثبات أداة الدراسة:

استخدم الباحث طريقة الاختبار وإعادة الاختبار، حيث قام بتطبيق الأداة بشكلها النهائي على عينة استطلاعية مكونة من (٤٠) فتاة من فتيات مملكة البحرين، وهن طالبات في المرحلة الجامعية الأولى في جامعة البحرين، وذلك لضمان عدم دخول هؤلاء الفتيات ضمن عينة الدراسة، حيث تم توزيع أداة الدراسة عليهن، وبعد أسبوعين تم إعادة تطبيقها عليهن للمرة الثانية، واستخدم الباحث معادلة كرونباخ ألفا لاستخراج معامل الثبات على الأداة جميعها، حيث بلغ معامل الثبات الكلي للاستبانة (٠,٩٢)، وهو ما يجعل الأداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، لذا تُعتبر الأداة مناسبة لأغراض الدراسة.

إجراءات التنفيذ:

بعد التأكد من صدق الاختبار وثبات أداة الدراسة، وكذلك تحديد مجتمع الدراسة، قام الباحث بتطبيق الاختبار في العام ٢٠١٩، وكان أفراد العينة يجيبون عن الاختبار بوجود الباحث تارة، وتارة أخرى عن طريق المنصات الإلكترونية وبرامج التواصل الاجتماعي، وبعد ذلك تم تجميع الأوراق وعزل الاستبانات غير المكتملة، وأدخلت البيانات في الحاسوب، وكان ذلك باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، النسخة ٢٢.

المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث طرقاً إحصائية وصفية وتحليلية، فقد تمثلت الطرق الإحصائية الوصفية في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، وتمثلت الطرق الإحصائية التحليلية باختبار (T-test). وتحليل التباين الثنائي متعدد المتغيرات (Manova Way-Two).

نتائج الدراسة:

الجدول (١):

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الدراسة

الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	العلمي والثقافي.	٢,٤٤	١,٠٩
٢	الاجتماعي.	٣,٢٤	١,١٥
٣	الاقتصادي.	٣,٢٦	١,٢٢
٤	السلوكي والأخلاقي.	٣,١٩	١,١٩
المجموع		٣,٠٣	١,١٦

* تمكن الباحث من وضع القائمة الأولية لأبعاد الدراسة والتي بلغت (٥٥) عبارة، وروعي في ذلك الآتي:

- توحيد طريقة صياغتها إجرائياً، بحيث تظهر ثقافة المُدُونَات، كسلوك تجاوز منظومة القيم في حدود المعرفة النظرية إلى التطبيق.

- مدى ارتباط العبارات المذكورة بالدراسة.

- مراعاة سلامة الصياغة اللغوية ووضوحها.

- سلامة تصنيف الأبعاد الرئيسية في مجالات الدراسة.

* تم استخدام طريقة ليكرت (Iekart) ذات التدرج الخماسي للإجابة عن المقياس وتصحيحه، بحيث تُعطي القيمة (٥) بدرجة كبيرة جداً، والقيمة (٤) بدرجة كبيرة، والقيمة (٣) بدرجة متوسطة، والقيمة (٢) بدرجة منخفضة، والقيمة (١) بدرجة منخفضة جداً.

* استطلاع آراء المختصين في علم الاجتماع والتربية وعلم النفس، بجامعة البحرين والقاهرة وعين شمس؛ لإبداء آرائهم في وضوح العبارات، وارتباطها بالمجال الذي تدرج تحته، ومدى سلامة الصياغة اللغوية لكل عبارة، كما ترك لهم إمكانية إضافة ما يرونه مناسباً من العبارات، وقد جاءت معظم آراء المحكمين مشجعة، وأجمعوا على صلاحية الأداة عامة في تحقيق الأهداف التي وضعت من أجلها، مع إبداء بعض الملاحظات المهمة حول ترتيب وتعديل وإضافة وحذف بعض العبارات من الاستبانة وتصنيفها في المجال الذي صُنفت ضمنه، وأجمع الكل على أن (٥٥) عبارة كثيرة واقتروا حذف بعضها.

وقد أخذ الباحث بمقترحات المحكمين وتوصياتهم وقام بتعديل الاستبانة حسب التعليمات، وترتب على هذا الإجراء خروج الأداة بصورتها النهائية والمكوّنة من (٤٠) عبارة مقسمة على أربعة محاور، هي: البعد العلمي والثقافي، والبعد الاجتماعي، والبعد الاقتصادي، والبعد السلوكي والأخلاقي، وتوصيفها كالآتي:

توصيف الأداة:

تكونت استبانة الدراسة من (٤٠) عبارة، وشملت خطاباً للمستجيب وتعريفاً بغرض الدراسة، وأهدافها، وبيانات أساسية للمستجيب، كما شملت الأقسام الأساسية للأداة، والتي تألفت من القسم الأول: البعد العلمي والثقافي؛ حيث ضم (١٠) عبارات، والقسم الثاني: البعد الاجتماعي وضم (١٠) عبارات، والقسم الثالث: البعد الاقتصادي الذي ضم (١٠) عبارات، والقسم الرابع: البعد السلوكي والأخلاقي.

صدق عبارات الأداء:

تم التوصل إلى صدق الأداة بواسطة الصدق صدق المحكمين، حيث تم عرض الصورة الأولية للاستبانة، والتي تألفت من (٥٥) عبارة، على عشرة من الأساتذة المختصين في التربية وعلم الاجتماع وعلم النفس في جامعة القاهرة وجامعة عين شمس وجامعة البحرين، وطلب منهم إبداء آرائهم حيالها من حيث وضوح العبارات لأفراد

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول.

الجدول (٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الرتبة) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على عبارات البعد العلمي والثقافي لنظام القيم في ضوء العولمة والموجهة للفتيات ككل.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	تعكس مُدُونَاتِ الموضة ثقافة المجتمع الخليجي المعاصر.	٣,٤٩	١,١٠
٢	تحرص مُدُونَاتِ الموضة على إظهار الخصال الثقافية والعلمية لدى المتابعات لهن.	٢,٨٣	١,٢١
٣	تسعى مُدُونَاتِ الموضة إلى الترويج للثقافة الهجينة بين الخليجية والأجنبية.	١,٧٨	٠,٨٣
٤	تمثل المُدُونَاتِ قدوة للفتيات داخل المجتمع العربي	٢,٢٧	١,١٦
٥	تتميز مُدُونَاتِ الموضة بالانتماء للثقافة العربية وتستमित في الدفاع عنها.	٢,٣٨	١,١٧
٦	يرصد المرء تفاعلاً ثقافياً بين المتابعين المُدُونَاتِ الموضة.	٢,٥٧	١,١٤
٧	تنقل مُدُونَاتِ الموضة تجارب علمية أكاديمية تحتاج إليها المجتمعات الخليجية.	٢,٤٦	١,٢٠
٨	في المستقبل القريب، سوف تميل الفتيات إلى ثقافة المُدُونَاتِ	٢,٠٥	٠,٩٤
٩	لدي بعض الأصدقاء ثقافتهم التي تُشابه تماماً ثقافة المُدُونَاتِ.	٢,٤٦	١,٠٨
١٠	لدى مُدُونَاتِ الموضة انتماءات فكرية علمية، كالمساواة والحرية التامة في السلوك والملبس.	٢,٠٦	١,٠٦

يظهر الجدول (٢) أن جميع العبارات المتعلقة بالبعد العلمي والثقافي قد تراوحت بين (٢,٠٦-٣,٤٩). وهذا يعني أن العبارات تراوحت في درجة تأثير البعد العلمي والثقافي على القيم المجتمعية بين الدرجة الكبيرة، والمتوسطة، حيث إن العبارات التي جاءت رتبته من (١-٩) تدرج في المستوى الكبير، والعبارة التي جاءت رتبته من (١٠) تدرج في المستوى المتوسط.

مناقشة النتائج المتعلقة بالبعد العلمي والثقافي على النحو الآتي: أكدت النتائج وجود علاقة موجبة بين البعد العلمي والتغير الثقافي للقيم المجتمعية لدى فتيات دول مجلس التعاون، وتتمثل تلك العلاقة في سعي المُدُونَاتِ إلى ترويج مفاهيم الموضة بالتوجهات الأجنبية، التي تتمثل في إظهار الرغبة في اختيار الملابس

دون وضع قيود مرتبطة بقيم المجتمع الشرقي، ويفسر الباحث سبب تلك التوجهات أنها نتيجة الظروف المجتمعية لدى الفتيات في البلدان الأجنبية والتي حتمت عليهن التواصل والتفاعل مع المجتمع المحيط بهن، وبالتالي اكتساب خصال ثقافية هجينة، وأدى ذلك التفاعل الثقافي إلى حمل انتماءات فكرية عالمية لدى المُدُونَاتِ، وهو ما يُشير إلى وجود دلالة إحصائية أثرت على السلوك الثقافي لديهن. نتيجة ذلك التفاعل، وهذا ما أشار إليه (الطائي، ٢٠٠٧: ١٣٥-١٥٤)، فإن النهضة في الخليج صاحبها تغير ثقافي من خلال البعثات الدراسية لمختلف الدول الأوروبية والتي أوجدت ثقافة مغايرة لما عليها الآن في المجتمع الخليجي، ويرى الباحث أن الاحتكاك الثقافي في البيئات الأوروبية والعالمية مهم جداً كونه يُسهم في إمداد المجتمع بالخبرات المهنية والتقنية التي تحدث النهضة على جميع الأصعدة، إلا أن المُدُونَاتِ لم يقدمن حقائق علمية أو ثقافية ترتقي بالمجتمع نتيجة التحاقهن بالجامعات الأجنبية، وإنما كانت الصورة الثقافية التي تحملها مبنية على الصورة الشكلية لمنطق الصورة، وبالتالي فإن التفاعل من قبل فتيات دول مجلس التعاون يدفعهن باتجاه عالم أكثر نمطية، ويُدمر قيمة الأبعاد العلمية التي تصنع جوهر الإنسان وترتقي به نحو التطور الحقيقي، وتعتبر خطوة أولى لصياغة هوية ثقافية جديدة.

وعلى الرغم من عدم وجود دراسات عربية وأجنبية تؤكد التأثير المباشر على الجانب القيمي والثقافي لفتيات دول مجلس التعاون نتيجة فيما يتعلق بالتباهي والتفاخر، إلا أن نتائج الدراسة أظهرت وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية في ميل الفتيات نحو ثقافة المُدُونَاتِ، في التفاعل الاجتماعي والظهور في المناسبات الوطنية والخاصة، بالإضافة إلى ثقافة الملابس والمأكول واقتناء والتفاخر بالماركات العالمية للملابس والإكسسوارات التي تظهر بها المُدُونَاتِ. إن الباحث يرى أن السطوة الثقافية التي تتمتع بها تلك المُدُونَاتِ أصبحت في موضع القدوة؛ أي التأثير على المتابعات لهن من الفتيات في المجتمع الخليجي، ويلاحظ من خلال النتائج وجود علاقة موجبة بين مسألة التغير الثقافي لمنظومة القيم وبين تحديات العولمة التي تواجه بلدان مجلس التعاون الخليجي، ويُعزى ذلك إلى الدور الذي تمارسه مُدُونَاتِ الموضة تجاه فتيات المجتمع، وهو ما أسهم في تشكيل ثقافة استهلاكية للفتيات في كيفية بناء اختياراتهن وتبنيهن لقيم جديدة عند تكوين العلاقات الاجتماعية الخاصة بهن.

ويفسر الباحث وصول مُدُونَاتِ الموضة إلى موقع التأثير على الفتيات في البعد العلمي والثقافي من خلال ما وصلت إليه من شهرة واسعة بين المتابعين، نظير الانبهار بأفكار الجمال والحياة المرفهة أو التي يرونها فعالة وسعيدة في الوسط العائلي، وهذا ما يرتبط بما أسفرت عنه المتوسطات الحسابية في الارتباط الفكري للمُدُونَاتِ بالعالمية، كالدعوة للمساواة أكثر في الحقوق الزوجية، والحرية التامة في السلوك والملبس على اعتباره لا يدخل ضمن قيم

(٩-١) تدرج في المستوى الكبير، والعبارة التي جاءت رتبته من (١٠) تدرج في المستوى المتوسط.

مناقشة النتائج المتعلقة بالبعد الاجتماعي على النحو الآتي:

- أكدت الدراسة أن مُدُونَات الموضة في دول مجلس التعاون الخليجي يملن إلى حب الظهور والشهرة على وسائل التواصل الاجتماعي حتى لو كان ظُهُورُهُنَّ مخالفاً لأعراف المجتمع، ويظهر ذلك الميل في زيادة الإعجاب والتعليقات التي حصلنَّ عليها في كل سلوك أو عمل يُقدِّمونه في مواقع التواصل الاجتماعي.

- أشارت المتوسطات إلى أن فتيات دول مجلس التعاون الخليجي يتفقنَّ مع المُدُونَات في إجراء عمليات تجميل الجسم بأكمله، ويعتبرونها ضرورية للوصول للكمال، في حين أنها كانت قبيل من الممنوعات ويمكن القول: إن هذه العمليات ارتبطت في وقت سابق بالفنانين والفئات الميسورة من المجتمع، أما الآن فهي متاحة لجميع الشرائح الاجتماعية وتُشكل مطلباً متزايداً بين الفتيات والنساء على حدٍ سواء، وهذا ما يقودنا إلى مسألة التقليد وحب التشبه بالمشاهير، وفي هذا الصدد أشارت الزهرة (٢٠٠٩: ٣٢) أن الجسد لم يسلم من فتوحات العلم والتكنولوجيا مع موجة الحداثة الأوربية خصوصاً في مجال الطب الجمالي، حيث يُعتبر ذلك قديماً من الممنوعات، لكنه اليوم ذهب أبعد من ذلك متجاوزاً كوايح أخلاقية صيرت الجسد الأثوي كواجهة ثقافية مهمة في المجتمع الخليجي، وبالتالي فإن الأعراف والقيم الاجتماعية لا تُعتبر قيماً محببه لدى الفتيات موضع الدراسة، ممَّا يؤكد أنَّهنَّ لا يعشنَّ واقعاً اجتماعياً يمثل صورتهن المرضية والمشجعة على المحافظة على قيمهنَّ الاجتماعية، كما أن الرغبة في إجراء عمليات التجميل لمنطق حساسة في الجسم، تعتبره الفتيات والمُدُونَات على حدٍ سواء من الأولويات في أناقة المرأة وجمالها.

- بينت المتوسطات أن إقامة علاقات صداقة اجتماعية بين الجنسين في الوسط الخليجي هو سلوك اجتماعي عالمي محبب ويجب أن يسود، عكس ما هو متعارف عليه في الوسط الاجتماعي الخليجي المحافظ، والذي تقتصر فيه العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بطابع العادات والتقاليد المجتمعية، فقد أظهرت الدراسة أن مُدُونَات الموضة لديهن علاقات صداقة مع رجال وتعتبرهنَّ المُدُونَات علاقة طبيعية ومحبة ويشجعن على انتشارها بين الفتيات، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (سيدي موسى، ٢٠١٨: ٨٩-١٠٧) حيث أظهرت بروزاً وتصاعداً واضحاً لهذا النوع من العلاقات، سواء تعلق الأمر بعلاقة صداقة أو علاقة عاطفية في فضاءات مختلفة (الدراسة، العمل، الشارع) وبين مختلف الفئات، مما جعلنا نتساءل عن مدى فعالية قيم المجتمع الذي نعيش فيه.

المجتمع ولكن ضمن التأثير المؤقت في سلوك المُدُونَات إلى مسألة التغير الاجتماعي؛ أي بناء اجتماعي يدخل في دائرة القيم المجتمعية، وهو ما أشار إليه رشوان (٢٠٠٨: ٤٣) حيث إن الفروق بين اصطلاح التغير الاجتماعي بوصفه تغييراً في المجتمع، واصطلاح التغير الثقافي بوصفه تغييراً في الثقافة، وتستند هذه الفروق إلى التفرقة التي وضعها علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا بين الثقافة والمجتمع، فالثقافة تختلف عن المجتمع، كما رأى بعض العلماء الاجتماع والأنثروبولوجيا من حيث البناء الاجتماعي.

وأظهرت النتائج أيضاً أن الفتيات المتابعات لمُدُونَات الموضة لديهن صديقات يتشبهن تماماً بثقافة المُدُونَات المشهورات، وهو ما يتناقض تماماً مع الظروف المادية والاجتماعية لتلك الفتيات، وكذلك التقليد في النسق الاجتماعي وطريقة التعامل مع الأفراد داخل المجتمع.

ثانياً- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني.

الجدول (٣): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الرتبة) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على عبارات البعد الاجتماعي لنظام القيم في ضوء العولمة والموجهة للفتيات ككل.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	تميل مُدُونَات الموضة إلى حب الظهور والشهرة لتعزيز المكانة الاجتماعية.	٣,٢٩	١,١٨
٢	تُجسد المُدُونَات الواقع الاجتماعي لصورة الفتاة الخليجية.	٤,٤٣	٠,٧٣
٣	أسعى لتجسيد الطريقة التي تظهر بها المُدُونَات في الأوساط المجتمعية.	٢,٩٠	١,٢٧
٤	احترم خصوصيات مُدُونَات الموضة في إجراء عمليات تجميل للجسد بأكمله	٣,٣٣	١,٢٧
٥	أسعى جاهداً لأن يكون مظهري العام داخل المجتمع مميزاً، ومثالياً.	٢,٦٢	١,١٩
٦	أحترم خصوصيات المُدُونَات في تكوين صداقات اجتماعية بين الجنسين.	٢,٢٩	٠,٩٧
٧	أرى بأن علاقات مُدُونَات الموضة الاجتماعية نمطية ولا تنتمي للواقع الاجتماعي.	٢,٩٤	١,٣٤
٨	أشعر بأن بعض سلوكيات مُدُونَات الموضة تُناسب سلوكيات المجتمع الخليجي.	٣,٨٦	١,٠٠
٩	تتطرق مُدُونَات الموضة لظواهر اجتماعية حساسة.	٣,٣٧	١,٢٩
١٠	أرى بأن أسلوب حياة المُدُونَات قائم على الحاجات المصطنعة.	٣,٣٣	١,٢١

يظهر الجدول (٣) أن جميع العبارات المتعلقة بالبعد الاجتماعي قد تراوحت بين (٢,٠٦-٣,٤٩). وهذا يعني أن العبارات تراوحت في درجة تأثير البعد الاجتماعي على القيم المجتمعية بين الدرجة الكبيرة، والمتوسطة، حيث إن العبارات التي جاءت رتبته من

إلى الحديث في وسائل التواصل بأمر خاصة بالحصن الأسري، ويعزى ذلك إلى التسلية وملء الفراغ، وقلة الاهتمامات المفيدة، فالدعوة للحديث بكل ما هو خاص بالأسرة دون حدود يفرضي إلى أن تكون الفتاة صفحة مفتوحة للآخرين، فالكل يدخل في الخصوصيات دون احترام أو حد معين.

ثالثاً- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث.

الجدول (٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الرتبة) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على عبارات البعد الاقتصادي لنظام القيم في ضوء العولمة والموجهة للفتيات ككل.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	لدي استعداد لشراء ملابس مُدُونات الموضة رغم ضعف قدرتي المالية.	٤,٢٦	٠,٨٥
٢	ألتزم بمتابعة المحلات التجارية التي تقوم المُدُونات بالترويج لها.	٣,٥١	١,٤٠
٣	أحرص على اختيار الملابس من المحلات غير المعروفة التي توفر ملابس مشابهة لملابس المُدُونات.	٢,٧٨	١,٣٣
٤	أجد معارضة من أسرتي عند شرائي ملابس المُدُونات	٢,٧٤	١,٣١
٥	أقوم بالترويج والثناء على المحلات التي تتسوق فيها المُدُونات	٣,٣٢	١,٣١
٦	لدي استعداد لأن أجري عمليات تجميل الوجه (الأنف، والجواجب، والشعر، والذقن، والشفاه) حتى لو اقتضت مبالغ من المال.	٣,٤٥	١,٤٩
٧	أنظر بصورة إيجابية إلى الثراء الذي تحقّقه المُدُونات.	٣,٦٧	١,٤٨
٨	تقوم مُدُونات الموضة بعمل إعلانات دعائية من أجل الربح المادي فقط.	٢,٩٥	١,٣٦
٩	أشعر أن زيادة الطلب من المحلات التجارية على المُدُونات هو لما تتمتع به المُدُونات من شعبية واسعة ومتابعين بالملايين.	١,٦١	٠,٨٤
١٠	تراعي المُدُونات مسألة اللبس المحتشم عند الترويج لبضائع المحلات التجارية.	٤,٣٥	٠,٨٥

يظهر الجدول (٤) أن جميع العبارات المتعلقة بالبعد الاقتصادي قد تراوحت بين (٢,٠٦-٣,٤٩). وهذا يعني أن العبارات تراوحت في درجة تأثير البعد الاقتصادي على القيم المجتمعية بين الدرجة الكبيرة، والمتوسطة، حيث إن العبارات التي جاءت رتبته من (٩-١) تدرج في المستوى الكبير، والعبارات التي جاءت رتبته من (١٠) تدرج في المستوى المتوسط.

مناقشة النتائج المتعلقة بالبعد الاقتصادي على النحو الآتي:

- أكدت النتائج وجود علاقة موجبة في استعداد الفتيات المتابعات لشراء ملابس مُدُونات الموضة على حساب ضعف القدرة المالية،

وعليه فإن هذا يمثل خطورة بالغة في نشر تلك السلوكيات بين الفتيات في المجتمعات المحافظة كدول مجلس التعاون، فعلاقات الصداقة تتطور إلى عاطفية، وتصل أحياناً إلى جسدية، وأكثر العلاقات التي تحصل بين الأفراد يشوبها الضباب، ولا تحمل اسم الصداقة البريئة، خصوصاً في المجتمعات الشرقية المحافظة، والتي تربى فيها الأسر الفتيات على الحذر في التواصل مع الرجال.

- دلت المتوسطات على أهمية المظهر العام في اللبس كقيمة ذات أولوية مهمة في إظهار السلوك الاجتماعي المثالي، وهذا ما يُحفز قيمة المظهر الحسن، ويؤسس لثقافة النظام والنظافة الشخصية، وتعتبر من العوامل الإيجابية التي تُحسب للمُدُونات، إلا أن الجانب السلبي في ذلك هو غياب الأسس التي يتم اختيار الملابس من خلالها، كمرعاة البيئة المحيطة، والدين كقيمة اجتماعية، إلى جانب العادات والتقاليد، والمناسبة والمهنة ومدى ملائمة الملابس للجسم والقوام، فالملابس يراعى عند اختيارها ضوابط المجتمع وثقافة البيئة المحيطة. ويرى الباحث أن المُدُونات لا يراعين القيم والمحيط الاجتماعي عند اختيار الملابس؛ ولذا يقودنا ذلك إلى التبعية والتنميط الاجتماعي، وبذلك يبرز التأثير الواضح على الفتيات المتابعات لهن وتقليدهن بكل أنواع الملابس وأشكالها، وهذا ما أشار إليه دافيد لوبروتون (١٩٩٣: ٢٤) بأن وضعية الجسد المغطى بالملبس والحلي تُحيل إلى عدة عمليات لحل الشفريات الثقافية للإنسان، فقيمة اللبس تُشير إلى المجموعة التي ينتمي إليها الجسد، والملبس حتماً إحدى دلالات البعد الثقافي وتفسر أيضاً الاعتراف والقبول القيمي للمجتمع الآخر، وهي من المواضيع الأكثر أهمية في مجال الأنثروبولوجيا الثقافية لأي مجتمع، فاللبس كغيره من المؤشرات الثقافية تفسر سيورة تطورات على مدى تاريخ طويل، فكما يرى غورهان نقلاً عن إبراهيم (٢٠٠٩: ١٠٦) أن اللبس أداة تجعل الجسد رمزاً، وطريقة اللبس في المجتمعات ما هي إلى حالة من الإشهار للانتماءات الثقافية.

- أشارت المتوسطات إلى أن مُدُونات الموضة يتطرقن إلى الحياة الاجتماعية الحساسة داخل الأسرة بكل إيجابية على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يتعارض مع مبادئ المجتمع وسلوكياته، إذ إن الحديث والكلام في خصوصيات الأسرة، وخصوصاً المشكلات التي تحدث بين الزوجين أو الأبناء في نمط التربية أو قد يتسبب في عدم استقرار الأسرة، ففي دراسة عمارة (٢٠٠٥: ٦٠) توافق مع نتائج الدراسة الحالية، من جهة أن النظام الاجتماعي القائم في البيئة العربية يبني ثقافة الأجيال على عادات وقيم اجتماعية أسسها نظام ثورة الاتصالات؛ لتنتج لدينا ما يُسمى بالثقافة الشبابية التي تستمد وعيها وسلوكها من النظام الأقوى ثقافياً، كما يرى الباحث أن المُدُونات يلجأن

على تغير ثقافة اللبس والقيم الاجتماعية على حساب كسب الأموال.

رابعاً - النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع.

الجدول (٥): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الرتبة) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على عبارات البعد السلوكي والأخلاقي لنظام القيم في ضوء العولمة والموجهة للفتيات ككل.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	أحترم رأي مُدُونَات الموضة عند نقل تجربتهم في الصداقات المختلفة مع الرجال.	٣,٥٨	١,٢٣
٢	يمثل الدور السلوكي مُدُونَات الموضة حياتهم الحقيقية.	٢,٨٥	١,٢٤
٣	أدافع عن حرية المُدُونَات في إبراز الصورة الجسدية لمعالم الجسم والقوام.	٣,٠٢	١,١٩
٤	تُقدم مُدُونَات الموضة نموذج المرأة الجذابة ذات اللبس الراقي والمميز.	٢,٣٦	١,٢٨
٥	تقدم مُدُونَات الموضة نمطاً سلوكياً وأخلاقياً متصلاً بواقع المجتمع.	٢,٨٥	١,٢٣
٦	مسألة ارتداء الحجاب عند المُدُونَات لا تمثل قناعتهن.	٣,٣٨	١,٢١
٧	ارتداء الملابس الممزقة التي تظهر أجزاء الجسم هي حرية شخصية.	٣,٤٨	١,٠٨
٨	أرى أن عمليات التجميل انتشرت بكثرة عن طريق مُدُونَات الموضة.	٢,٩٩	١,٣٠

يظهر الجدول (٥) أن جميع العبارات المتعلقة بالبعد السلوكي والأخلاقي قد تراوحت بين (٢,٠٦-٣,٤٩). وهذا يعني أن العبارات تراوحت في درجة تأثيرها بالبعد السلوكي والأخلاقي على القيم المجتمعية بين الدرجة الكبيرة، والمتوسطة، حيث إن العبارات التي جاءت رتبته من (١-٩) تدرج في المستوى الكبير، والعبارات التي جاءت رتبته من (١٠) تدرج في المستوى المتوسط.

مناقشة النتائج المتعلقة بالبعد السلوكي والأخلاقي على النحو الآتي:

- وجود علاقة تأثير متبادل ذات دلالة إحصائية بين مُدُونَات الموضة والفتيات المتابعات لهن، فيما يتعلق بتجارب الصداقات المختلفة مع الرجال، على الرغم من تحفظ المجتمع على تلك السلوكيات، وهو ما يجعل الفتيات يتقمصن القيم المجتمعية على أنها جبرٌ وليست اختياراً، وهذا ما يؤثر على تغير النظام الثقافي القائم على القيم المجتمعية للأسر الخليجية، ويُشجع بناء تلك الصداقات بين جنس الإناث والرجال على اعتبارها حرية شخصية، وتقع تحت طائل التقدم والتطور المجتمعي.

- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين حرية المُدُونَات والفتيات المتابعات لهن في إبراز الصورة الجسدية لمعالم الجسم والقوام على حساب القيم والمبادئ المجتمعية، واستجابة لهذه الحاجة أصبح الجسد موضوع إنجاز بامتياز لكل مُدُونَات الموضة، بوصفه موضع القوة والإثارة، وهذا ما يُفسر الدعم الكامل

كما بينت المتوسطات أن المتابعات يلتزم بمتابعة المحلات التجارية التي تتبضعن منها المُدُونَات أو التي تقوم بالترويج لها، تليها الاهتمام بمتابعة المحلات غير المعروفة والتي توفر ملابس مشابهة لملابس المُدُونَات.

- دلت النتائج على وجود علاقة موجبة بين الترويج والثناء على المحلات التجارية التي تتسوق فيها المُدُونَات، وبين الرغبة في التسوق للمتابعات رغم عدم وجود حاجة للتسوق وشراء المستلزمات والملابس، وهذا ما يُشير إلى التشجيع على الشراء دون الحاجة والفائدة، وهذا ما أشار إليه يوردان (١٩٩٣) بأن الثقافة كانت منتجاً اجتماعياً مبنياً على القيم والعادات المجتمعية، واليوم أمست مثل السلعة المادية تُداول في الأسواق، ويسودها المال، مما يُسهم في تغير ثقافة التوفير والاقتصاد المعيشي للفتيات المتابعات على حساب الادخار ونشر ثقافة البذخ والإسراف في الكماليات.

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين التوجه نحو إجراء عمليات التجميل للأنف والوجه بشكل عام، وبين ضعف القدرة المالية للمتابعات، وهذا يُشير إلى حالة من السيطرة الفكرية من قبل المُدُونَات نحو المتابعات لهن، وهذا ما جعل من أصحاب المحلات التجارية وشركات التسويق تلجأ للمُدُونَات عند التسويق لأي منتج يُطرح في السوق بغض النظر عن أهميته أو فائدته أو ضرره على المستهلك، على اعتبار أن المُدُونَات لديهن الجاذبية وسرعة الإقناع في أهمية وجودة المنتج الذي يسوقن له.

- أشارت المتوسطات إلى أن الفتيات المتابعات ينظرن بصورة إيجابية للثراء الذي تحققه المُدُونَات نظير الإعلانات التي يقمن بالترويج لها بمتوسط حسابي (٣,٦٧)، وهذا ما حدا بكثير من الفتيات المتابعات بتقليد المُدُونَات وفتح صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي بأسماء مختلفة ونشر اليوميات داخل الأسرة وخارجها، وهو ما يأخذنا إلى وضعية التنميط الاجتماعي واتساع رقعة الانفتاح حتى على المستوى الأسري الخاص داخل الأسرة.

- أشارت النتائج إلى أن ما تقوم به المُدُونَات من إعلانات دعائية يهدف إلى الربح المادي على حساب الحاجة أو الضمانة الصحية إن كانت الدعاية تتعلق بالأغذية، أو الأدوية، أو المستحضرات التجميلية، أو الصحية، مما يُشير إلى خطورة الدور الإعلامي الذي تقوم به المُدُونَات وتأثيرهن على المتابعات بوعي أو دون وعي، وما يُسبب ذلك من أضرار صحية قد تؤدي إلى حدوث عاهات مستديمة وتزيد من خطر الإصابة بالأمراض المختلفة.

- بينت المتوسطات أن مُدُونَات الموضة لا يضعن في الاعتبار مسألة اللبس المحتشم عند الترويج لبضائع المحلات التجارية، وهو ما يؤكد المصلحة المادية نظير المادة المقدمة والتي تشجع

المُدُونَات يتحكمن في توجيه سلوكيات الفتيات وجعلهن يكتسبن كل سلوك يظهر من المُدُونَات بوصفهن القدوة الحسنة.

خلاصة البحث:

تأسيساً على ما تقدم فإن الباحث يستمد بعض النتائج والتعميمات من خلال الواقع النظري والميداني للدراسة:

- قلة وضوح مصطلح مُدُونَات الموضة كمفهوم أدبي لدى الفتيات المتابعات والمُدُونَات أنفسهن في دول مجلس التعاون الخليجي، حيث إن المراجع العربية افتقرت لهذا المصطلح بالممارسة التي تظهر بها المُدُونَات والتي تارة تُعبر عن معاني مختلفة ومتناقضة في الوقت نفسه، فالبعض يشير إلى أن المُدُونَات أنهن عارضات لأزياء مختلفة باستخدام أجسادهن مقابل الحصول على أموال العرض والتصوير والتسويق.

- العلاقة الازدواجية بين مفهوم مُدُونَات الموضة (الفاشينيستا) والذي يُشير إلى اختيار الملابس وطريقة التنسيق والظهور في وسائل التواصل الاجتماعي، وبين التسويق للسلع المتنوعة الصنف، كالتسويق للمطاعم والأكلات والاكسسوارات والماركات العالمية التي ليس لها علاقة بالملابس.

- تمكنت المُدُونَات من صناعة مفاهيم جديدة في عالم الإعلان والدعاية، جعلتهن يتسدين المشهد الإعلاني في الترويج والتسويق، بل أصبحن الايقونة المؤثرة في قرارات الشراء للسلع المختلفة، وأسهمن بشكل كبير في خلق الذوق العام تجاه الموضة والأزياء، وذلك بسبب حصولهن على أعداد كبيرة من المتابعين الذين يتابعون نمط حياتهم.

- تمتلك المُدُونَات شعبية جماهيرية واسعة في المجتمع الخليجي، حتى أصبحن ينافسن البرامج التلفزيونية التي تُقدم في أشهر المحطات الخليجية، ولهذا سارعت شركات الدعاية والإعلان باحتكار الشهيرات منهن بعقود ضخمة لحملات التسويق والترويج لمختلف السلع، وحققن أرباحاً وعوائد مالية كبيرة جراء تلك العقود، حتى أنها فاقت عائدات الإعلان التلفزيوني.

- أسهمت مُدُونَات الموضة في إحداث نقلة نوعية في نشر ثقافة التجميل لدى الفتيات المتابعات، حتى صارت عمليات التجميل جزءاً مهماً في إطلالة الفتيات بين فترة وأخرى، وأصبح الاهتمام بتناسق الجسد وإظهار معالم الأنوثة ثقافة الفتيات في الوسط الاجتماعي.

- بسبب الانفتاح والتواصل الرقمي، رُوِّجَت مُدُونَات الموضة لثقافة الصورة الجمالية، وأولت قيمة كبيرة لجمالية الصورة، حتى تغيرت الاعتبارات الشخصية لقيمة الفتاة علمياً، فتزايدت قيمة الصورة في ذهنية الفتيات وصارت جمالية الصورة والجسد هما عنوان الثقافة، وهما الأكثر إثارة وتفاعلاً في وسائل التواصل الاجتماعي بين الفتيات.

- أسهمت مُدُونَات الموضة بشكل فعّال في الترويج للظواهر الاجتماعية السلوكية التي تظهر بين الحين والآخر، سواءً أكانت هذه الظواهر مرغوباً فيها، أم غير مرغوب فيها.

لإبراز الجاذبية الجسدية وإثارة الغرائز الجنسية بين الشباب، كما أنه يحدد ملامح الهوية الثقافية في التربية والبناء الاجتماعي. وفي المقابل، لا توجد علاقة موجبة بين الملابس الراقية وسلوكيات المُدُونَات في إظهار الخصال الثقافية والأخلاقية الموجهة لأفراد المجتمع، فالخصال الثقافية والأخلاقية التي تميز المجتمع الخليجي لا تتوافق مع سلوك المُدُونَات، فهن يستخدمن أجسادهن لعرض صور مختلفة للملابس بهدف الحصول على عوائد مادية. وقد جاءت نتائج دراسة فؤاد (٢٠١٢: ٢٦-١) متوافقة مع الدراسة الحالية حيث إن المرأة تميل إلى الملابس الذي يكشف مساحات كبيرة من جسدها في المناسبات والاحتفالات، ويعزى السبب في ذلك إلى تأثير الاحتكاك الثقافي الناجم عن الدراسة في الجامعات الأوروبية، حيث عدت محملات بسمات ثقافية مغايرة لنظرة الاحتشام عند اختيار اللبس وإظهار مفاصل الجسد.

- بينت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين النمط السلوكي والأخلاقي للمُدُونَات، وبين المتابعات من الفتيات، حيث أبدت الفتيات المتابعات السلوكيات التي تُقدمها مُدُونَات الموضة على وسائل التواصل الاجتماعي، واعتبرتها بأنها تمثل الواقع المجتمعي، وهو ما يُشير إلى التغيير نحو التبعية، القدوة، التقليد وتقبل السلوكيات التي تظهرها المُدُونَات بين فترة وأخرى، حتى لو كانت غير متوافقة مع مفهوم القيم والنظام الثقافي في المجتمع الخليجي.

- أفضت النتائج إلى وجود علاقة موجبة بين مسألة ارتداء الحجاب كفرض واجب يحمل قيم الانتماء والفخر به كقيمة دينية واجبة، وبين القناعة به كسلوك أخلاقي مجتمعي، فالحجاب في المجتمع الخليجي يمثل علامة على العفاف، وصوناً للقيم الدينية، والصورة التي تظهر بها بعض المُدُونَات وتُعتبر عن استيائها من الحجاب، وتعكس هذه العلاقة التي تظهر بها المُدُونَات أن الصورة بالحجاب لا تمثل حقيقتهم، ولا تُعبر عن قناعتهم الحقيقية، فقد وضعن أنفسهن مكان التجربة والتقليد بمسمى التطور والانفتاح، وأثرن على المتابعات بوضع صورهن بحجاب أو بدون حجاب في وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يُسبب حالة من عدم استقرار الأسرة بين معارض ومؤيد لفكرة نزاع الحجاب أو ارتدائه.

- دلت النتائج على أن مُدُونَات الموضة أسهمن في انتشار عمليات التجميل بكثرة، وأن ما تقوم به المُدُونَات من نقشات وعمل أو شمه على الجسم وما يُتخذ من وسائل التجميل على اعتبار أنه مكمل للجمال، ليس إلا دليل على الانتماء للجماعات الأجنبية، وهناك علاقة بين المظهر والمجتمع الذي تعيش فيه المُدُونَات، وتبرز لديهن دوافع علمية وراء جميع أشكال السلوك المرتبطة بالتجميل وعمل الوشم على الجسم، وتُعتبر دلالة على انتماء الفرد إلى جماعة معينة تجذب الانتباه بتلك السلوكيات.

- حققت مُدُونَات الموضة ولا زالت تُحقق أعلى نسب متابعة في مواقع التواصل الاجتماعي وبرامجها، وهو الأمر الذي يجعل

التوصيات

في ضوء نتائج البحث الراهن يوصي الباحث بما يلي:

- ١- توعية الأسر الخليجية عن طريق ورش تدريبية بمخاطر الظواهر الاجتماعية والفكرية والاقتصادية لمشاهير السوشال ميديا: مُدُونَات الموضة نموذجاً، وحث الأسر على اكتساب القيم المجتمعية الأصلية، ونشر الثقافة الحقيقية التي تمثل المجتمع.
- ٢- تضمين البرامج الاجتماعية لمؤسسات المجتمع المدني رسائل توعية، تحت أولياء الأمور على توجيه أبنائهم نحو الثقة بالنفس وتجنب تقليد المشاهير ومُدُونَات الموضة، وخصوصاً في حال الوقوع تحت ضغط الظروف الاجتماعية.
- ٣- عقد برامج تثقيفية مستمرة لمواجهة سلوكيات ظاهرة مُدُونَات الموضة التي تنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشارها وتأثيرها على سلوكيات الفتيات.
- ٤- إعداد برامج توعية وأنشطة وطنية، تقدمها مؤسسات الإعلام الرسمية؛ للحد من إعلانات المُدُونَات في مواقع التواصل الاجتماعي التي يكون هدفها الربح المادي على حساب المبادئ والقيم المجتمعية.
- ٥- إيجاد تشريعات وقوانين جديدة تلزم المُدُونَات ومشاهير السوشال ميديا بعدم الإعلان لأي منتج غير معتمد أو التحشيد لأية فعالية دون وجود رخصة رسمية أو مادة منشورة تخدش الحياء أو تخالف القواعد المسلكية للحشمة أو العادات والتقاليد والقيم في المجتمع الخليجي.
- ٦- تعزيز القيم الثقافية المجتمعية لدى فتيات دول مجلس التعاون الخليجي، بالافتداء بالشخصيات الثقافية والوطنية التي يجب أن تلعب دور القدوة الحسنة، وبالتالي يرتبط السلوك بالقدوة ويكون التأثير بتعزيز روح القيم المجتمعية، وينقل القيم الحميدة التي تمثل المجتمع الخليجي.
- ٧- فرض رقابة أسرية على مواقع التواصل الاجتماعي وبرامجها، وتشجيع الفتيات على متابعة الحسابات الثقافية والاجتماعية ذات النفع العام، والتي تركز على تعزيز نشر الثقافة المرتبطة بقيم المجتمع المحلي.
- ٨- تضمين المناهج الدراسية وخصوصاً مواد المواطنة، دروساً ومواضيع تتعلق بكيفية التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي في ظل الانفتاح على العالم، وكذلك إجراء المزيد من الدراسات والبحوث في موضوع مُدُونَات الموضة؛ للتعرف على المتغيرات الأخرى التي لم تكشف عنها الدراسة الحالية.

المراجع:

- إبراهيم، الزهرة (٢٠٠٩). الأنثروبولوجيا والأنثروبولوجيا الثقافية: وجوه الجسد، ط١، دمشق، النايا للدراسات والنشر.
- إبراهيم، سلمان علي (٢٠١٧). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على السلوك الاستهلاكي لدى الشباب في مملكة البحرين: إنستغرام (Instagram) أنموذجاً. الصخير، مملكة البحرين:

جامعة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الآداب، قسم الإعلام والسياحة والفنون.

ابن منظور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (1997). لسان العرب (الطبعة الأولى). بيروت، دار صادر.

أبومصلح، عدنان (٢٠١٥). معجم مصطلحات علم الاجتماع: أول معجم شامل في كل مصطلحات علم الاجتماع المتداولة في العالم وتعريفاته، عمان، الأردن: دار أسامة.

أنس، ابراهيم وآخرون. (١٩٧٢). المعجم الوسيط (ط٢). القاهرة: مجمع اللغة العربية.

بوابة الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية. (٢٠٠٨). الدورة التاسعة والعشرون: التعاون الثقافي والإعلامي، الرياض: المملكة العربية السعودية، بوابة الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، استرجع في ٢١ نوفمبر ٢٠١٩م. من خلال الرابط التالي:

<https://www.gcc-sg.org/ar-sa/CooperationAndAchievements/Achievements/MediaCooperation/Pages/JointCulturalAction.aspx>

تلفزيون، الكويت. (٢٠١٦). برنامج.. مساحة حرة: لقاء حوار مع إحدى مُدُونَات الموضة، تم نشره بتاريخ ٩ ابريل ٢٠١٦م، على الرابط الآتي: <https://www.youtube.com/watch?v=vL8EkUVxiNA>

الجابري، محمد عابد (١٩٩٩). المسألة الثقافية في الوطن العربي (الطبعة الثانية). بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

الجابري، محمد عابد (٢٠١١). الهوية.. العولمة.. المصالح القومية، ط١، بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

لجميلي، عزام محمد (٢٠١٥). الإعلام الاجتماعي (الطبعة الأولى). عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

رشوان، حسين عبد الحميد أحمد (٢٠٠٨). التغير الاجتماعي والمجتمع، الإسكندرية، المكتب الجامعي للنشر.

الطائي، هاشم عبد الرزاق صالح (٢٠٠٧). دور المؤسسات التعليمية والثقافية في التحولات الفكرية والاجتماعية للمجتمع الخليجي في النصف الأول من القرن العشرين. مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية. مج. ٦ (٢)، تشرين الثاني ٢٠٠٧.. ١٢٥-١٥٤

تم استرجاعه من search.shamaa.org

العناني، مها (٢٠١٦). من هي الفاشينيستا؟ تعرفي إلى أشهر مُدُونَات الموضة، مجلة نون الإلكترونية، تم الاتصال بالموقع بتاريخ ٢٠١٧، ١٢، ٢٩م، يوم الجمعة، رابط المقال على الصفحة

الإلكترونية: http://nooun.net/show_article/

عمارة، هشام محمد (2005). إسهامات التربية في إعادة البناء الثقافي للإنسان العربي في سياق ثورة الاتصالات، رسالة ماجستير غير منشورة، مقدمة إلى قسم أصول التربية، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة.

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (٢٠٠٥). اتفاقية بشأن حماية التراث الثقافي غير المادي. باريس، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ١٧ أكتوبر.

يودريان، جان (١٩٩٣). الحداثة، ترجمة: محمد سيلا، دمشق، مؤسسة عيبال للدراسات والنشر.

اليونسكو (٢٠٠٥). اتفاقية حماية وتعزيز تنوع وأشكال التعبير الثقافي. باريس: فرنسا. ٢٠ تشرين الأول أكتوبر. متاح على شبكة الإنترنت من خلال الرابط: <http://unesdoc.unesco.org/im-ages/0014/001429/142919a.pdf>

المراجع الأجنبية

Day, Carolyn A. (2017). Dying to be beautiful: Fragile fashionistas and consumptive dress in England, 1780-1820. *Journal for Eighteenth-Century Studies*, 40 (4), 603-620.

De la Cruz, M., & Robinovitz, K. (2004). *The Fashionista Files : Adventures in Four-Inch Heels and Faux Pas*. New York: Ballantine Books.

Spanish. (n.d.). Dictionary.com Unabridged. Retrieved December 20, 2017 from Dictionary.com website <http://www.dictionary.com/browse/spanish>.

Petrila, L. (2015). About Moral Crisis of European Values in the Context of Globalization. *Annals of University of Oradea, Series: International Relations & European Studies*, (7), 155–164. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=113854294&site=ehost-live&scope=site>.

Tran, K. (2016). The Value of Community Cohesion Among Vietnamese Students in Era of Urbanisation and Globalisation. *Social Indicators Research*, 126(3), 1225–1242. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-0935-4>.

Infographics, S. M. (2019, September 1st). Global Media Insight. Retrieved December Tuesday, 2019, from <https://www.globalmediainsight.com/blog/uae-social-media-statistics/>.

Hootsuite. (2019, JAN). social media advertising Audiences. Retrieved December wednesday, 2019, from <https://hootsuite.com/platform/analytics>.

GlobalStats, S. (November 2019). Social Media Stats in Oman Retrieved December wednesday, 2019, from <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/oman>.

العمر، خليل معن (٢٠٠٤). التغيير الاجتماعي، ط ١، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.

فاطمة السالم (١٤ مايو ٢٠١٦). ٦٠,٥٪ من المواطنين يتابعون الفاشينستا. دراسة استطلاعية نشرت في صحيفة القبس الإلكتروني، دولة الكويت، استرجع بتاريخ ١٢ ديسمبر ٢٠١٩ من

الرابط الآتي: <https://alqabas.com/article/30868>

الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب، ١٣٢٩ - ١٤١٤ أو ١٥٠٨ (٢٠٠٨). معجم القاموس المحيط. (الطبعة الثالثة). بيروت: دار المعرفة.

فؤاد غازي (٢٠١٢). الملبس والهوية الثقافية بين الانتماء والاعتراب: رؤية أنثروبولوجية. مجلة آداب المستنصرية، ع ٢٢، ٢٦-١. استرجع من قاعدة معرفة: <https://search.emarefa.net/detail/BIM-96722>

سيدي موسى، ليلي (٢٠١٨). التنشئة الاجتماعية والحفاظ على معايير الفصل بين الجنسين في المجتمع: العلاقات العاطفية بين الشباب نموذجا. مجلة العلوم الاجتماعية، ع ٨٩، ٨٩-١٠٧. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1142596>

الشبيبي، أحمد صدام عبدالصاحب وآخرون (٢٠٠٨). مجلس التعاون لدول الخليج العربية: قضايا الراهن وأسئلة المستقبل. ط ١، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

لوبروتون (١٩٩٣). أنثروبولوجيا الجسد والحداثة. ترجمة محمد عرب صاصيلا. ط ١، بيروت: المؤسسة الجامعة للدراسات والنشر والتوزيع.

مجلس التعاون لدول الخليج العربية. المركز الإحصائي (٢٠١٨). التجارة الخارجية لمجلس التعاون لدول الخليج العربية: التقرير السنوي. مسقط، عمان: المركز الإحصائي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

مجلس التعاون لدول الخليج العربية. الأمانة العامة (٢٠١٥). المسيرة والإنجاز. ط ٩، قطاع شؤون المعلومات. الأمانة العامة. استرجع بتاريخ ٢٤/١٢/٢٠١٩ من خلال الرابط: <https://www.gcc-sg.org/ar-sa/CognitiveSources/DigitalLibrary/Lists/DigitalLibrary/asp?ID=7081447306293> /مسيرة ٢٠٪ مجلس ٢٠٪ التعاون.pdf

مجلة ليالينا. (١٣ يونيو ٢٠١٩). الأرباح الشهرية لنجمات السوشيال ميديا من الدعاية.. الأرقام ضخمة [فديو منشور]. استرجع في يوم الخميس ١٥,٨,٢٠١٩ من خلال الرابط التالي: <https://www.dailymotion.com/video/x7az2bc>

المعجم الوسيط (٢٠٠٤). مجمع اللغة العربية. (الطبعة الرابعة). القاهرة: المجمع.

المؤسسة اللبنانية للارسال انترناسيونال. (١٨ كانون الأول، ٢٠١٨). "فاشونستا تكشف كم يتقاضى مشاهير انستغرام... لن تتوقعوا المبالغ الخيالية". ملف فيديو). تم الاسترجاع من خلال الرابط التالي: <https://www.lbcgroup.tv/news/d/lat-est-news/417033>