المقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي: تأثير استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي على صورتها نحو جسدها وتقديرها لذاتها

د. وليد محمد الهادي عواد*

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور المقارنات الاجتماعية التي تقوم بها المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورتها نحو جسدها ومدى تقديرها لذاتها. وتم تطبيق الدراسة على عينه عمدية بأسلوب كرة الثلج من المرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي بلغت ٥٠٠ مفردة. واستعانت الدراسة بثلاثة مقاييس: مقياس لصورة الجسد، ومقياس للمقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي، و مقياس لتقدير الذات.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، ومدى رضاها عن صوره جسدها، إذ أنه كلما زاد كثافة استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي قل رضاها عن صورة جسدها. في حين لم تكن هناك علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية عكسية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى رضاها عن صورة جسدها، إذ انه كلما زاد استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات قل رضاها عن صوره جسدها.

وانتهت الدراسة أيضا إلى وجود علاقة ارتباطية بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المرأة المصرية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات، حيث كانت هناك علاقة ارتباطية طردية بين موقعي التيك توك واليوتيوب و مدى استعداد المرأة للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام المرأة لهذين للموقعين زاد استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات.

الكلمات المفتاحية: المقارنات الاجتماعية- صورة الجسد- تقدير الذات

---

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلوان

Social comparisons on social media: how the use of social media by Egyptian woman impacts her body image and self esteem.

Abstract

This study aims at exploring how social comparisons performed by the woman on social media help formulate her body image and self Esteem. The study was conducted using a snowballing sampling technique with the participation of 500 female Egyptian users of social media. The study made use of three measures: body image, social media comparisons and self Esteem

The study concluded that there is an inverse correlation between how heavily the Egyptian woman uses social media generally speaking on the one hand and how satisfied she is with her body image on the other hand. The more she uses social media the less she is satisfied about her body image. However, there is no correlation between how much she uses social media and how she appreciates herself .

Also, the study established that there is an inverse correlation between Egyptian woman proclivity for social comparisons on social media platforms with other women and how satisfied she is about her body image. The more ready she is for social comparison on social media the less she is satisfied about her body image .

The study also demonstrated a direct correlation between the type of social media sites used by the Egyptian woman and her proclivity for social comparisons with other women. There was a direct correlation between Tik Tok and Youtube and her proclivity for social media comparison with other women. The heavier the woman uses these two sites the more ready she is for social comparison with other women.

Key words: Social comparisons -body image -Self Esteem**.**

المقدمة

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً مهماً في التأثير على مواقف الناس وميولهم واتجاهاتهم، وتشكل لهم الصور النمطية، وتساهم في رسم مخططاتهم المعرفية، وبتركيزها على أهمية المظهر الخالي من العيوب، وانحيازها لمعايير محددة للشكل، تقدم رسائل غير مباشرة للمرأة تحدد لها المظهر المثالي الذي ينبغي أن تبدو عليه، وفي ضوء هذه الرسائل المكثفة والمتكررة، ليس من المستغرب أن نرى عدداً متزايداً من النساء يعانين الاستياء من صورة الجسد نتيجة لعدم قدرتهن على تحقيق مقارنة للنموذج المثالي للمظهر الذي تروج له مواقع التواصل الاجتماعي. (١)

حيث تقارن المرأة نفسها بغيرها من النساء على مواقع التواصل الاجتماعي، وتؤثر هذه المقارنات على إدراك المرأة لجسدها ومدى تقديرها لذاتها حيث تشعرها بأن غيرها من النساء يتمتعن بحياة أفضل منها مما يضر بصحتها النفسية.

وقد أثبتت دراسة Kassai Shabnam أن هناك علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالرفاهية النفسية من حيث الصحة النفسية وتقدير الذات، وأن ارتفاع مستويات المقارنة الاجتماعية لدى المبحوثات أثناء استخدامهن لشبكات التواصل الاجتماعي تزيد من احتمالات إصابتهن بالأمراض النفسية وعدم الرضا عن صورة الجسد وانخفاض تقدير الذات. (٢)

فتعرض المرأة تلقائياً إلى رؤية الصور المعدلة التي ينشرها الآخرون على وسائل التواصل الاجتماعي يدفعها إلى مقارنة مظهرها مع هذه الصور، وهذا يؤدي إلى عدم الرضا عن الجسد وانخفاض تقدير الذات. (٣)

حيث يؤدي الجسم دوراً بارزاً في رضا الأفراد عن أنفسهم وذواتهم وفي علاقتهم مع الآخرين وهو عامل مهم لتحقيق التوازن الانفعالي، إذ يحاول كل فرد إظهار جسده بطريقة تحقق له الرضا وتناسب المعايير المثالية للمجتمع الذي يعيش فيه، وهذا الأمر من شأنه أن يدفع الفرد لتقبل نفسه إذا كان جسده ينمو بطريقة تحقق صورته الإيجابية، أما إذا كان العكس فهذا أيضاً يؤثر على سلوك الفرد وحالته النفسية. (٤)

ويشير كثير من الباحثين إلى أن مفهوم الفرد وإدراكه لصورة جسمه ومدى قبوله أو رفضه لها يشكل عاملاً أساسياً في تحديد سلوكه وتصرفاته حيث إن عدم الرضا عن صورة الجسم يعد مصدراً لانخفاض مفهوم الفرد لذاته وسوء تقديره لها Low Self Esteem وما يترتب على ذلك من آثار نفسية واجتماعية، فالشخص الذي يدرك نفسه على أنه قصير القامة أو أنه ذو سمنة مفرطة يميل إلى العزلة والانزواء، وقد يعاني من الخجل من الآخرين، وفي المقابل فإن الرضا عن الجسم يرتبط بالشعور بالسعادة والاطمئنان وبالدافعية للانحياز، ولذلك فإن معظم الأشخاص يحرصون أشد الحرص على أن تكون صورتهم حسنة عن أنفسهم، ويكافحون بشدة المواقف التي تحمل تهديداً لصورتهم. (٥)

وهكذا ترتبط صورة الجسد بمفهوم تقدير الذات، فالإنسان يعيش كوحدة متكاملة إذ يرتبط إدراكه وتقييمه لذاته بتقييمه لصورة جسده سواء كان هذا التقييم سلبياً أو إيجابياً. (٦)

وعلى الرغم من التراث البحثي الغربي المتعلق بعلاقة وسائل الإعلام بتشكيل صورة الجسد خاصة لدى المرأة، فإن هناك نقصاً في المكتبة البحثية العربية في هذا الموضوع وهو ما سيتضح عند عرضنا للدراسات السابقة في هذا المجال، وعليه تسعى هذه الدراسة إلى رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة الجسد لدى المرأة ومدى تقديرها لذاتها، في ضوء نظرية المقارنة الاجتماعية التي تذهب إلى أن الأفراد يقّيمون أنفسهم وذواتهم بناء على المقارنة مع أقرانهم وذويهم من الأصدقاء.

الدراسات السابقة

قسم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين، المحور الأول تناول فيه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على صورة الجسد لدى المستخدمين، والمحور الثاني استعرض فيه الدراسات التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على تقدير الذات لدى المستخدمين، ويمكن تناول دراسات هذين المحورين بالتفصيل على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على صورة الجسد لدى المستخدمين.

١- دراسة Cheng Qinyu (2022) [٧]

هدفت الدراسة إلى البحث في العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وصورة الجسد لدى الإناث، من خلال رصد تأثير التعليقات الإيجابية على المظهر والتعليقات الواقعية الموجودة تحت الصور المثالية على تباين اضطراب صورة الجسد لدى الإناث، وكيف يمكن لنتائج التجربة عبر الإنترنت أن تؤثر على رؤية النساء حول الصور النحيفة الجذابة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والعوامل التي قد تحمي النساء من التأثيرات السلبية على صورة الجسد. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من المشاركات بلغ عددهن ٢٢٣ مفردة، ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٢٤ عامًا، مع وجود مشاركة واحدة أصغر من ١٨ عامًا، و١٤ مشاركة من سن ٢٥ إلى ٣٤ عامًا. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المقارنة الاجتماعية ونظرية الاستخدامات والإشباعات. وأكدت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تنمو بصورة سريعة للدرجة التي أصبحت فيها جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية، مما أدى إلى تعرض كثير من النساء لحالات تقييم شكل الجسد ومظهره على نحو يؤثر عليهن نفسيًا وسلوكيًا، حيث ثبت أن تأثيرات الصور المثالية عبر شبكات التواصل تؤدي إلى تجريد المرأة من الذات، مما يتسبب في كثير من التأثيرات الضارة، مثل عدم الرضا الجسدي واضطرابات الطعام. وأضافت النتائج أن وجود التعليق على صور الجسد النحيف والمثالي أو عدم وجوده لا يؤثر على إدراك المستخدمات لصورة الجسد عند تعرضهن لهذه الصور.

٢- دراسة Byrne Erin (2022) [٨]

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل التأثيرات التي تلحق بالفتيات المراهقات نتيجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بعدم رضاهن عن صورة أجسادهن

ومعاناتهن من اضطرابات الطعام، ومدهن بأدوات تمكنهن من أن يصبحن مستهلكات قادرات على نقد مضامين شبكات التواصل، خاصة فيما يتعلق بصورة الجسد المثالية. واستخدمت الدراسة ٦ جلسات جماعية، واعتمدت على تقديم أعضاء كل مجموعة لبعضهن بعضًا وتشجيعهن جميعًا على طرح الآراء والتعبير عن وجهات نظرهن. وأكدت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مهمًا في تطوير هُوية المراهقات؛ فرغم أنها أداة مفيدة وفعالة في التواصل والتعبير عن الذات، فهي قد تتسبب في مجموعة من المشكلات النفسية من خلال عرضها لمعايير محددة لجمال المرأة، مما يتسبب في تدمير صورة الجسد لدى المراهقات. وأضافت النتائج أن التدخل في هذا الأمر من خلال عقد جلسات للنقاش بين الفتيات يمكن أن يقلل من تأثيراته السلبية، وذلك من خلال منح الفرصة لكل فتاة للتعبير عن نفسها وتصورها نحو صورة جسدها، مع دعم وتعزيز ممارساتها الصحية ودعم شعورها بالثقة بنفسها، حيث أكدت النتائج أن مثل هذا التدخل الذي يمكن أن يتم في إطار العملية التعليمية من شأنه أن يتحدى ويرفض المعايير الثقافية التي تحدد قيمة المرأة في إطار مواصفات الجسد.

٣- دراسة Papageorgiou Alana, & et. al (2022) [٩]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى شعورهن بالرضا عن صورة جسدهن. وهي دراسة وصفية استخدمت أداة المقابلات المتعمقة مع عينة من المستخدمات لشبكات التواصل بلغ عددهن ٢٤ مفردة ممن تتراوح أعمارهن بين ١٤ و١٧ عامًا في أستراليا، كما استخدمت أداة التحليل الموضوعي للبيانات التي تم جمعها. واستندت في إطارها النظري إلى نظرية التشيؤ (تسليع المرأة). وأكدت نتائج الدراسة أن المشاركات يعتبرن صورة الجسد مصدر قلق كبير، كما أوضحن قيامهن بمقارنات سلبية حول المظهر عند تعرضهن للصور على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يؤدي إلى تفاقم مخاوف الفتيات المراهقات حول الجسد، فيتجهن نحو تغيير مظهرهن والسعي إلى التحقق من ملاءمته عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وشددت الدراسة على أهمية التوعية والتثقيف من سن مبكرة حول وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على صورة الجسد، حيث نظرت الفتيات إلى المدارس وأولياء الأمور والأقران والمصادر عبر الإنترنت بما في ذلك التطبيقات على أنها تمتلك القدرة على أداء دور مفيد في مواجهة الرسائل السلبية عن الجسم.

٤- دراسة زينة إسماعيل وأحمد لطيف (٢٠٢٢) [١٠]

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى الاهتمام بصورة الجسد لدى طلبة الجامعة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والفروق ذات الدلالة الإحصائية في الاهتمام بصورة الجسد لديهن تبعاً لمتغير الجنس (الذكور والإناث) والتخصص العلمي (تطبيقية وإنسانية) وطبقت الدراسة على عينة قومها (٢٠٠) مفردة من طلبة جامعة بغداد.

وانتهت النتائج الخاصة لهذه الدراسة إلى أن عينة البحث يتصفون بأن لديهم اهتماماً بصورة الجسد، كما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الاهتمام بصورة الجسد وفقاً لمتغير الجنس بين الذكور والإناث. كما كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الاهتمام بصورة الجسد وفق متغير التخصص

الدراسي، حيث كانت لصالح التخصصات العلمية التطبيقية، مما يعني أنهم كانوا أكثر اهتماماً بصورة الجسد من الطلبة ذوي التخصصات الإنسانية.

٥- دراسة Catherine L. Holf (2021) [١١]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بعدم الرضا عن صورة الجسد لدى الإناث. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من السيدات من مستخدمات شبكات التواصل بلغ عددهن ٣١٠ مفردة ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٤٣ عامًا. كما استندت في إطارها النظري إلى نظرية المسئولية الاجتماعية ونظرية التنشيؤ (تسليع المرأة) والنظرية الثقافية الاجتماعية. وتمت خلال الفترة بين نوفمبر ٢٠١٩ حتى فبراير ٢٠٢٠. وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية لكن ضعيفة بين فاعلية الوقت المنقضي في استخدام شبكات التواصل وشعور المرأة بعدم الرضا عن صورة جسدها ومظهره. وقد تم قياس فاعلية هذا الوقت المنقضي في استخدام شبكات التواصل من خلال عدد الأصدقاء وعدد المنشورات التي يتم نشرها يوميًا والأنشطة التي تتم ممارستها عبر شبكات التواصل، وكانت أكثر شبكة تواصل ثبُت ارتباط استخدامها بعدم الرضا عن الجسد هي الفيسبوك. وأضافت النتائج وجود علاقات ارتباطية قوية بين الشعور بعدم الرضا عن مظهر الجسد والاتجاه نحو مقارنة المظهر بالآخرين، حيث ارتفعت درجة الشعور بعدم الرضا عن الجسد لدى المرأة التي تحرص على مقارنة مظهرها بغيرها عبر شبكات التواصل، وبذلك أكدت النتائج الدور الذي تؤديه المقارنة الاجتماعية في التحكم في شعور المرأة تجاه صورة جسدها. وهنا أشارت النتائج إلى وجود فروق بين المبحوثات في درجة عدم الرضا عن الجسد وفقًا للصور التي يقارن أنفسهن بها، حيث ثبت أن المرأة التي تقارن نفسها بأخرى ذات جاذبية مرتفعة تكون أكثر شعورًا بعدم الرضا عن مظهر جسدها، في حين تكون المرأة التي تقارن جسدها بأخرى أقل جاذبية أكثر شعورًا بالرضا.

٦- دراسة Fioravanti Giulia & et. al (2021) [١٢]

تستهدف الدراسة البحث في تأثير التعرض اليومي لمنشورات الإنستجرام الإيجابية والحيوية على مزاج المستخدمات من صغار السن، وشعورهن بالرضا عن أجسادهن، وميلهن نحو مقارنة مظهرهن بغيرهن. وهي دراسة طولية مكثفة شبه تجريبية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة عشوائية من المبحوثات في إيطاليا، بلغ عددهن ١٢٢ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأظهرت النتائج الارتباط بين التعرض اليومي للصور الإيجابية للجسم ومعدلات الشعور بالمزاج الإيجابي والشعور بالرضا عن الجسم، كما ثبت الارتباط بين التعرض اليومي لصور الجسد المثالية والشعور بالمزاج السلبي ومقارنة المظهر، حيث تعاني المستخدمات اللاتي يتعرضن يوميًا لمحتوى يروّج لصورة الجسد النحيفة والمثالية من معدلات عالية من المزاج السلبي مقارنةً بمن يتعرضن لمحتوى إيجابي للجسم، ولم تكن هناك اختلافات في معدلات الحالة المزاجية السلبية بين المشاركات اللاتي يتعرضن للمحتوى الجسدي المثالي والمحتوى المحايد.

٧- **دراسة Jones Kenji M. (2021) [١٣]**

تستهدف الدراسة رصد وتحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الضغط المجتمعي على إدراك الذات والرفاهية النفسية في ثقافة النساء السود، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مكانًا للمضايقات والمقارنات عبر الإنترنت. وبذلك تسعى الدراسة إلى تحديد تأثير استخدام شبكات التواصل على صورة الجسم واضطرابات الأكل لدى المرأة ذات البشرة السوداء، من خلال تحديد تأثير هذا الاستخدام على شعورها تجاه نفسها ووصفها لشكل وحجم جسدها وفكرتها المثالية حول صورة الجسد. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة المقابلة شبه المنظمة بالتطبيق على ست نساء إفريقيات من ذوات البشرة السوداء. واستندت في إطارها النظري إلى نظرية الهُوية ونظرية المقارنة الاجتماعية والنهج التفسيري للظواهر. وأثبتت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت تأثيرًا كبيرًا على التوقعات المجتمعية لصور الجسد المثالية للنساء السود/ الأمريكيات من أصل إفريقي، حيث عبرن عن رغبتهن في تقليد النساء الأخريات ذوات الأجساد الرشيقة على وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى صورة مقبولة للجسم ثقافياً، وبذلك اتضح أن المجتمع يمارس ضغوطًا على تصورات صورة الجسد لدى المرأة السوداء/الأمريكية من أصل إفريقي، مما يدفعها إلى السعي لتلبية توقعات الجسد المثالي وفقًا للصور التي تتم مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي.

٨- **دراسة Ryding Francesca Chloe (2021) [١٤]**

تستهدف الدراسة البحث في الدراسات والبحوث السابقة التي تناولت العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك المستخدمين لصورة جسدهم، من خلال المراجعة المنهجية للبحوث التي رصدت تأثير استخدام شبكات التواصل على شعور المستخدمين بعدم الرضا عن الجسد، والنتائج المترتبة على استخدام شبكات التواصل وعلاقتها بصورة الجسد، وكذلك تكرار استخدام شبكات التواصل وأنماطه والعوامل الوسيطة التي قد تثير المخاوف بشأن صورة الجسم. وأسفر البحث المنهجي باستخدام قواعد بيانات Web of Science وPsycINFO و PubMed عن وجود ٤٠ دراسة تفي بالمعايير المحددة. وأوضحت نتائج الدراسة أن الاستخدام السلبي لشبكات التواصل المركّز على المظهر له تأثير خاص على عدم الرضا عن صورة الجسم، مما يوضح أن استخدام شبكات التواصل يعد عامل خطر محتمل لأعراض اضطرابات تشوّه الجسم BDD. وأضافت الدراسة أن الإناث أكثر استخدامًا لشبكة التواصل الاجتماعي الإنستجرام، وأن مقارنة المظهر تتوسط العلاقة بين استخدام الإناث للفيسبوك والشعور بعدم الرضا عن مظهر الجسد. كما أوضحت أن الإناث يقضين وقتًا أطول من الذكور في الاستخدام المفرط لشبكات التواصل، مما يؤثر على عدم رضاهن عن مظهرهن، وأن تأثيرات هذا الاستخدام تزداد كلما ارتفعت مدة الاستخدام اليومي عن ساعتين. وأشارت الدراسة إلى اتجاه الإناث نحو تنفيذ إستراتيجيات المواجهة التجنبية، مثل تقليل المقارنات الاجتماعية، للتعامل مع التناقضات الخاصة بصورة الجسم المثالية الفعلية التي قد تحدث من خلال مقارنات المظهر.

٩- دراسة Lemus Cynthia (2021) [١٥]

تستهدف الدراسة البحث في استخدام الإناث لمنصة التواصل الاجتماعي الإنستجرام على شعورهن بإيجابية أو سلبية صورة أجسادهن، من خلال رصد وتحليل العلاقة بين هذا الاستخدام والشعور بعدم الرضا عن صورة الجسد، وتأثير ذلك على الشعور بتقدير الذات، ودور العوامل الوسيطة المتمثلة في السن والتعليم والعرق في إطار هذه العلاقة. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المستخدمات في الفئة العمرية من ١٨-٤٥ عامًا، بلغ عددهن ١٥٠ مفردة. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن مقدار الوقت الذي تقضيه الإناث على الإنستجرام لا يرتبط بتقدير الذات وصورة الجسد. وأن استخدام الإنستجرام يؤثر سلبيًا على تقدير الذات وصورة الجسد، حيث ثبت أنه كلما ارتفعت مشاهدة المبحوثات لصور الجسد النحيف والمثالي، انخفض شعورهن بتقدير الذات، والعكس صحيح؛ فكلما انخفض تعرض المبحوثات لهذه الصور، ارتفع شعورهن بتقدير الذات. وأضافت النتائج عدم وجود تأثير للمستوى التعليمي للإناث على شعورهن بتقدير الذات عند التعرض للصور المثالية للجسد، وأوضحت عدم صحة الفرض القائل بمعاناة النساء الأقلية من مستويات أعلى من الشعور بعدم الرضا عن صورة الجسد أو تدني شعورهن بتقدير الذات مقارنة بالأخريات. أما بالنسبة لمتغير العمر، فقد ثبت تأثيره بفاعلية، حيث اتضح أن الإناث صغار السن لديهن شعور أعلى بعدم الرضا عن صورة الجسد وتدني تقدير الذات مقارنة بالإناث الأكبر سنًا.

١٠-دراسة Yurdagül Cemil & et. al (2021) [١٦]

تستهدف الدراسة رصد استخدام المراهقين والمراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي، تحديدًا الإنستجرام، وتأثيرات ذلك الاستخدام المباشرة وغير المباشرة على شعورهم بالوحدة والقلق والإحباط والمخاوف المتعلقة بعدم الرضا عن صورة الجسم. وهي دراسة وصفية، تمت باستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المراهقين والمراهقات في إحدى المدارس التركية، بلغ عددهم ٤٩١ مفردة يبلغ متوسط أعمارهم ١٥، منهم ٢٨٨ مفردة من الإناث. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن التعرض المفرط لصور الجسم المثالي بشكل غير واقعي عبر الإنستجرام يؤدي إلى شعور المراهقين بأنهم غير أكفاء، وبالتالي معاناتهم من مشكلات نفسية عديدة، وأن الإناث أكثر عرضة للانخراط في الاستخدام الإشكالي للتطبيقات عبر الإنترنت التي تسهل التفاعل الاجتماعي، كما أنهن أكثر عرضة للإصابة بأعراض نفسية مرضية مرتفعة، حيث ثبت أنهن أكثر عرضة للانخراط في أحلام اليقظة غير القادرة على التكيف، ولديهن رغبة أكبر في الشهرة، مما يؤدي إلى زيادة مشاركتهن في وسائل التواصل الاجتماعي. وأضافت النتائج أن الاستخدام السلبي للإنستجرام يؤثر تأثيرًا مباشرًا على شعور الفتيات بالاكتئاب والإحباط، في حين يؤثر بصورة غير مباشرة على شعورهن بالقلق العام والقلق الاجتماعي المتعلق بعدم الرضا عن صورة الجسد.

١١- دراسة Jiotsa Barbara & et. al (2021) [١٧]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين استخدام المراهقين والشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واضطرابات صورة الجسد لديهم. وهي دراسة وصفية، تمت باستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من مستخدمي شبكات التواصل، بلغ عددهم ١٣٣١ مفردة تتراوح أعمارهم بين ١٥ و٣٥ عامًا. وأكدت نتائج الدراسة وجود ارتباط بين تكرار مقارنة المظهر الجسدي للمرأة بمظهر الشخصيات التي تتابعها على وسائل التواصل الاجتماعي وعدم الرضا عن الجسد والسعي وراء النحافة؛ فكلما قارنت المرأة نفسها بالصور، زاد شعورها بالاستياء من صورة جسمها وزاد دافعها نحو النحافة، كما اتضح أنها تتجه نحو مقارنة صورة جسدها بالآخرين كلما ارتفع شعورها بعدم الرضا عن جسدها وكلما ارتفع دافعها نحو النحافة. وبذلك يمكن أن يؤدي الاستخدام واسع النطاق لوسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقات والشابات إلى زيادة الشعور بالاستياء من شكل الجسد وزيادة اتجاههن نحو النحافة، مما يجعلهن أكثر عرضة للإصابة باضطرابات الطعام. وأضافت النتائج وجود ارتباط كبير بين مستوى التعليم وتكرار مقارنة المظهر الجسدي للمرأة بمظهر الأشخاص عبر وسائل التواصل الاجتماعي، في حين أوضحت عدم وجود ارتباط مؤثر بين التّقييم الأفضل للوزن لدى المرأة وتكرار مقارنتها لمظهر جسدها بغيرها من المستخدمات عبر شبكات التواصل.

١٢- دراسة Kim Hye Min (2021)[١٨]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين التعليقات التي ترتبط بصور الجسد عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإدراك المستخدمين لهذه الصور وما تقدمه من مضامين. وهي دراسة تجريبية، اهتمت بتحليل تعليقات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الإدراك المثالي للجسم ومن ثم تأثيرها على رضا الفرد الجسدي. وبلغ حجم عينتها ٣٣٠ مفردة تتراوح أعمارهم بين ١٨ و٢٤ عامًا. وأكدت نتائج الدراسة أن التعرض لتعليقات المستخدمين الآخرين يؤثر على تصور الفرد للصورة، حيث عبر مشاهدو التعليقات الإيجابية عن مزيد من المثالية حول صورة الجسد، في حين أظهر مشاهدو التعليقات السلبية مستوى أقل من المثالية. وأضافت النتائج أن التأثيرات غير المباشرة لتعليقات وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على شعور الفرد بالرضا عن الجسم باختلاف درجة التناقض الذاتي لدى الفرد، حيث يرتفع التأثير الإيجابي للمثالية المتزايدة على شعور الفرد بالرضا الجسدي كلما انخفضت درجة التناقض الذاتي لديه وكلما ارتفع شعوره بالسعادة بجسده، في حين يرتفع التأثير السلبي لهذه المثالية على شعور الفرد بالرضا الجسدي كلما ارتفعت لديه درجة التناقض الذاتي وانخفض شعوره بالسعادة بجسده.

١٣- **دراسة أنفال محمد ومجدة السيد (٢٠٢١)** [١٩]

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا عن صورة الجسد لدى عينة من مستخدمي فلاتر الصور التجميلية في تطبيقي السناب شات والإنستجرام وغير المستخدمين في المملكة العربية السعودية، وتم اختيار العينة عشوائياً حيث بلغت (١٢٠٨) فرداً من سكان المملكة، وتم تطبيق الدراسة خلال عام ٢٠٢١.

وخلصت النتائج إلى أن عينة الدراسة يتصفون بارتفاع مستوى الرضا عن صورة الجسد بشكل عام، مع وجود فروق دالة إحصائياً بين المستخدمين لفلاتر سناب شات وإنستجرام وغير المستخدمين لصالح غير المستخدمين، وهذا يعني أن الرضا عن صورة الجسد أعلى لدى غير المستخدمين، كما وجدت فروق دالة إحصائياً وفقاً للنوع في مستوى الرضا في صورة الجسد لدى عينة الدراسة من مستخدمي فلاتر تطبيقي سناب شات وإنستجرام كانت لصالح الذكور، أي أن الذكور كانوا أكثر رضا عن صورة أجسادهم من الإناث.

١٤- **دراسة Rodgers Rachel F & et. al (2020)** [٢٠]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومخاوف المراهقين والمراهقات في أستراليا بشأن صورة الجسد، وتأثير ذلك على اضطرابات الطعام. وهى دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المراهقين والمراهقات يبلغ متوسط أعمارهم١٢ سنة، ووصل عدد العينة إلى ٦٨١ مراهقًا، منهم ٤٩% من الإناث و ٥١% من الذكور. واعتمدت الدراسة على مقاييس تستهدف تقييم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والشعور بالاكتئاب، وتقدير الذات، ومقارنة المظهر، وعدم الرضا عن الجسم، والأكل المضطرب، وسلوكيات بناء العضلات. وأكدت نتائج الدراسة أن الأطر البيولوجية النفسية والاجتماعية مفيدة لتصور العلاقات بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وصورة الجسم والطعام ونتائج بناء العضلات، وأوضحت الارتباط الضعيف بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقات والشعور بتدني تقدير الذات، مع ارتفاع الارتباط بين استخدام وسائل التواصل والشعور بأعراض اكتئابية، واستيعاب شكل المظهر، والميل للانخراط في مقارنة المظهر، وضبط النظام الغذائي، وكذلك عدم الرضا عن الجسم، وتبني سلوكيات تغيير شكل الجسم. كما ثبت ارتباط تدني تقدير الذات وأعراض الاكتئاب بالتأثر بشكل الجسد المثالي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو مقارنة المظهر، مما يؤثر في النهاية على شعور الفتيات بعدم الرضا الجسدي.

١٥- **دراسة Sarah L. (2020) Haller**[٢١]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام المرأة لمنصة التواصل الاجتماعي "الإنستجرام" ومخاوفها حول صورة جسدها، من خلال رصد وتحليل مدى استيعاب المرأة لصورة الجسد المثالي النحيف، واتجاهها نحو مقارنة المظهر، وعدم الرضا عن جسدها، كعوامل تتوسط العلاقة بين تكرار استخدام الإنستجرام بشكل عام والأكل المضطرب. وهي دراسة تجريبية استهدفت إجراء تقييم تجريبي لتأثير استخدام الإنستجرام اليومي على مزاج

النساء البالغات وعدم رضاهن عن صورة أجسادهن، واستخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المستخدمات ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و ٢٤ عامًا، بلغ عددهن ١٦٠ مفردة، واستندت في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة تأثير التعرض لمنصة الإنستجرام باعتبارها منصة لمشاركة الصور في المقام الأول على إدراك المستخدمات لصورة الجسد المثالية وحالاتهن المزاجية، حيث أثبتت الارتباط المباشر بين تكرار استخدام الإنستجرام والاستيعاب الداخلي لمواصفات الجسد النحيف من جهة، والشعور بعدم الرضا عن الجسم والأكل المضطرب من جهة أخرى، بما يؤثر سلبيًا على حياة النساء، ويؤدي إلى حدوث التغيرات اليومية في الحالة المزاجية والاستياء من شكل الجسم. وأضافت النتائج التأثير الضار المحتمل لاستخدام الإنستجرام على ما تشعر به النساء تجاه أجسادهن، وأوصت بضرورة أن تحرص الشركات التي تدير وسائل التواصل الاجتماعي على ضمان منصات أكثر أمانًا عبر الإنترنت ومبادرات تعليمية تهدف إلى زيادة رضا الشابات عن أجسادهن وتقليل الميول للمشاركة في مقارنات المظهر أثناء الاتصال بالإنترنت.

١٦- دراسة Laknit Sofia (2020) [٢٢]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل تأثير استخدام المرأة المغربية لمنصة الإنستجرام على اتجاهها نحو إجراء المقارنات الجسدية وتأثير ذلك على إدراكها لصورة جسدها، من أجل الخروج بصورة واضحة حول تأثير استخدام الإنستجرام على صورة الجسد. وهي دراسة وصفية تمت خلال عام ٢٠١٨، واستخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على ١٤٨ شابة مغربية ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٢٤ عامًا من مستخدمات الإنستجرام. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنستجرام والاتجاه نحو مقارنة المظهر، ويمكن توضيح هذه النتيجة في ضوء تأثير قضاء مزيد من الوقت في استخدام الإنستجرام على الاتجاه نحو مزيد من المقارنة حول المظهر، وبالتالي زيادة الشعور بعدم الرضا عن مظهر الجسد. وحول الشخصيات اللاتي تتجه المبحوثات المغربيات نحو مقارنة المظهر معهن، فهن السيدات المشهورات بنسبة بلغت (٥٢%)، ثم الصديقات بنسبة بلغت (٤٥%)، حيث أوضحت المبحوثات أن صور صديقاتهن تبدو بالنسبة لهن أكثر واقعية وصدقًا عن صور الشخصيات المشهورة. وأضافت النتائج وجود ارتباط ضعيف بين تكرار استخدام الإنستجرام ومخاوف المرأة بشأن صورة جسدها أو شعورها بعدم الرضا عن صورة جسدها، إلا أن هذا الارتباط يشتد في حالة توسط المقارنة هذه العلاقة.

١٧- دراسة Tiggemann Marika & Anderberg Isabella (2020) [٢٣]

تستهدف الدراسة البحث في تأثير استخدام المرأة لمنصة التواصل الاجتماعي الإنستجرام على إدراكها لصورة جسدها. وهي دراسة تجريبية، استخدمت المنهج التجريبي بالتطبيق على عينة عشوائية من مستخدمات الإنستجرام بلغ عددها ٣٠٥ مفردة ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٣٠ عامًا، تم تعريضهن لـ ١٥ صورة. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المسئولية الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن شعور المبحوثات بعدم الرضا عن صورة أجسادهن يرتفع في حالة تعرضهن لصور الجسد المثالي النحيف، في

حين يقل هذا الشعور بعدم الرضا عند تعرضهن لصورة الجسد العادي أو "الواقعي"، كما ثبت انخفاض تقدير المرأة لجسدها عند تعرضها لصور الجسد النحيف، في حين يرتفع تقديرها لجسدها عند التعرض للصور المزدوجة والواقعية. وأضافت النتائج أن المبحوثات يتصورن المرأة الموجودة في الصور الواقعية على أنها أقل نحافة وأقل جاذبية مقارنة بالمرأة الموجودة في الصور المثالية، مما يوضح اختلاف إدراك المرأة وتصورها للواقع عبر الإنستجرام والواقع في العالم الحقيقي. وأوضحت النتائج أيضًا وجود علاقة ارتباطية بين اتجاه المرأة نحو مقارنة صورة جسدها بما تشاهده من صور وشعورها بعدم الرضا عن نفسها، مما ينعكس على انخفاض تقديرها لذاتها.

١٨- دراسة Rounsefell Kim & et. al (2020) [٢٤]

تستهدف الدراسة البحث في الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وصورة الجسد. وهي دراسة بحثية منهجية استندت إلى ست قواعد بيانات للبحث في الأدبيات البحثية المنشورة بين عامي ٢٠٠٥ و٢٠١٩. وأختيرت الدراسات محل البحث على أن تكون قد تناولت بالبحث مشاركات وسائل التواصل الاجتماعي (النشر، والإعجاب، والتعليق)، أو التعرض للمحتوى المرتبط بالصور لدى البالغين. وشملت عينة البحث ٣٠ دراسة. واستخدمت أسلوب التحليل الموضوعي. وأكدت نتائج الدراسة أن الدراسات محل البحث أثبتت دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشجيع المقارنة بين المستخدمين، وأن المقارنات تزيد من المشاعر السلبية نحو الجسم، وأن المستخدمين يحرصون على تعديل مظهرهم ليأخذوا صورة مثالية متصورة، كما يدركون تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صورة الجسم وخيارات الطعام. وشددت النتائج على التأثير السلبي للتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو التعرض للمحتوى المرتبط بالصور على صورة الجسم واختيار الطعام لدى بعض البالغين الأصحاء، وأنه يجب على المتخصصين في مجال الصحة الذين يصممون حملات وسائل التواصل الاجتماعي للشباب النظر في المحتوى الشبكي المرتبط بالصور حتى يمنعوا الشباب والشابات من تبني النظرة السلبية لصورة أجسادهم.

١٩- دراسة عيد جلال وأسماء سالم (٢٠٢٠) [٢٥]

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف عما إذا كانت هناك علاقة بين مستوى تقدير الذات والرضا عن صورة الجسد لدى مستخدمي فلاتر السناب شات والتعرف على مستوى الرضا عن صورة الجسم ومستوى تقدير الذات عند مستخدمين فلاتر السناب شات، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (٣٢٠) فرد منهم ٢٢٥ مستخدماً لفلاتر السناب شات و (٩٥) غير مستخدم لتلك الفلاتر من الشباب القطري.

وتوصلت النتائج إلى أنه توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تقدير الذات وصورة الجسم عند مستخدمي فلاتر السناب شات، وبأن الإناث لديهن تقدير ذات وصورة جسد سلبية أكثر من الذكور، وأن الإناث اللاتي يستخدمن فلاتر السناب شات لديهن تقدير ذات وصورة جسد سلبية أكثر من اللاتي لا يستخدمن الفلاتر.

٢٠- **دراسة إلهام يونس (٢٠٢٠)** [٢٦]

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط ودوافع استخدام المراهقين للفيسبوك وتصوير الذات (السيلفي) واختبار العلاقة بين استخدامات تصوير الذات السيلفي وبعض السمات الشخصية للعينة والتي تمثلت في النرجسية وصورة الجسد وتقدير الذات والتعرف على الفروق بين السمات الشخصية ومعدل تصوير الذات (السيلفي) طبقاً للنوع (الذكور، والإناث) وتكونت عينة الدراسة من (٤٥٠) مفردة تم سحبها بالطريقة العمدية الحصصية غير الاحتمالية.

وانتهت الدراسة إلى وجود ارتباط موجب دال إحصائياً بين معدل الرضا عن صورة الجسد عند أفراد العينة كمتغير مستقل ومعدل تصوير الذات (السيلفي)، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية خطية بين معدل تصوير الذات (السيلفي) كمتغير مستقل ومستويات تقدير الذات كمتغير تابع.

٢١- **دراسة Cohen Rachel et. al (2019)**[٢٧]

تستهدف الدراسة البحث في المحتوى الإيجابي حول الجسد الذي تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحدي مُثُل الجمال السائدة وتشجيع قبول الجسد وتقدير جميع صفاته، من خلال رصد وتحليل تأثير مشاهدة مشاركات الإنستجرام الإيجابية للجسم على الحالة المزاجية للشابات وصورة أجسادهن في أذهانهن. وهي دراسة تجريبية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من المشاركات ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٣٠ عامًا، بلغ عددهن ١٩٥ مفردة من مختلف أنحاء العالم. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية التشيؤ الذاتي. وأكدت نتائج الدراسة أن المبحوثات عبرن عن قبولهن لصورة أجسادهن من خلال عبارات مثل "أنا جميلة"، حيث كانت هذه العبارة شائعة بشكل خاص في حالة إيجابية الجسم، بما يشير إلى تبني المشاركات لمفهوم أوسع للجمال لدمج مجموعة متنوعة من المظاهر والسمات الداخلية عند تحديد جمال أنفسهن. وأضافت النتائج وجود تفاعل إحصائي بين نوع التعرض لمنصة الإنستجرام ووقت هذا التعرض من جهة والحالة المزاجية الإيجابية من جهة أخرى، حيث عبرت النساء اللاتي شاهدن مشاركات إيجابية للجسد عن مواقف واتجاهات أكثر إيجابية عن النساء اللاتي شاهدن صورًا تدعو إلى النحافة المثالية. كما ارتفعت مستويات تقدير النساء لأجسادهن بعد التعرض للمشاركات المتعلقة بتقدير السمات الجسدية مقارنةً بالتعرض للمشاركات المرتبطة بنحافة الجسد، حيث ارتبطت المشاركات التي تدعو إلى نحافة الجسد ومثالية مظهره بظاهرة تسليع الذات. وشددت النتائج على أن المحتوى الإيجابي عبر الإنستجرام للجسد يوفر وسيلة مثمرة لتحسين صورة جسد الشابات.

٢٢- **دراسة Zhang Xiao(2019)** [٢٨]

تستهدف الدراسة البحث في التأثيرات التي تنتج عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بصورة الجسد لدى المستخدمين. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من المستخدمين الذكور والإناث، بلغ عددهم ٥٩١ مفردة، منهم (٦٨%) من الإناث والباقي من الذكور، وتمت الدراسة خلال الفترة بين ٢٢ مايو ٢٠١٨ حتى ١٣ يونيو ٢٠١٨. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريات التأثيرات الإعلامية. وأكدت نتائج الدراسة أن المبحوثات الإناث لديهن مستويات أعلى من الشعور

بصورة الجسد السلبية مقارنة بالذكور، وأن الإناث ممن يتصفن بارتفاع وزن الجسم وانخفاض الطول يكن أقل عرضة للشعور بمستوى مرتفع من الرضا عن الجسد، كما يكن أقل تركيزًا على المزايا الجسدية أو التغاضي عن العيوب. وأضافت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين نشر الصور الشخصية والحصول على ردود فعل إيجابية، وبالتالي تكوين صورة إيجابية عن شكل الجسد. كما أشارت النتائج إلى الدور الوسيط المهم لفكرة التأثير المفترض في العلاقة بين التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي والمقارنات الاجتماعية، حيث إن التعرض للصور المتعلقة بمظهر الآخرين على وسائل التواصل الاجتماعي يجعل المستخدمين يدركون تأثيرًا أكبر لمثل هذه الرسائل، ويؤدي هذا التأثير المفترض إلى تكثيف ميول الأفراد لإجراء مقارنات اجتماعية قائمة على المظهر، كما يزيد من الصورة السلبية للجسم.

٢٣- دراسة Bazile Kathleen E. (2019) [٢٩]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على صورة الجسد لدى السيدات في منتصف العمر والأكبر سنًا (ممن تزيد أعمارهن عن ٣٠ عامًا) في الولايات المتحدة الأمريكية باعتبار هذه الوسائل ناقلًا جديدًا للمثل الاجتماعية الثقافية. وتنبع أهمية الدراسة من الفئة التي تستهدفها، حيث ركزت غالبية الدراسات والبحوث السابقة على العلاقة بين صورة الجسد واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقات والفتيات في سن الجامعة، مع ندرة البحوث المتعلقة بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صورة الجسد للنساء في منتصف العمر والنساء الأكبر سناً. وبذلك سعت هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة البحثية من خلال التركيز على النساء في منتصف العمر والمسنات اللاتي يتأثرن أيضًا بصورة الجسد من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على 101 مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر سلبيًا على صورة الجسم لدى النساء في منتصف العمر وكبار السن، وأن العمر يعد عاملاً وسيطًا للتأثير على صورة الجسم لدى النساء الأكبر سنًا حيث يمنع تأثرهن السلبي بالصور التي تقدمها شبكات التواصل حول مواصفات الجسد المثالي والنحيف. وأضافت عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام شبكات التواصل من حيث تكرار هذا الاستخدام ومدته، وشعور المرأة التي يرتفع سنها عن ٣٠ عامًا بالقلق تجاه صورة جسدها.

٢٤- دراسة Salomon Ilyssa & Brown Christia (2019) [٣٠]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين استخدام المراهقين والمراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي وصورة الجسد لديهم. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان، وشملت عينتها ١٤٢ مفردة، منهم ٩٩ فتاة. وتم جمع بياناتها خلال خريف ٢٠١٥ وربيع ٢٠١٦. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريات التشيؤ (التسليع) والإدراك الاجتماعي، والنظريات الاجتماعية الثقافية. وأكدت نتائج الدراسة أن ٨٠% من المبحوثين والمبحوثات لديهم حسابات على شبكات تويتر وفيسبوك وإنستجرام، وأنهم يستخدمون هذه الشبكات من ٤ إلى ٦ ساعات أسبوعيًا. وأكدت الدراسة أن المستويات العالية من استخدام

وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى مزيد من الشعور بالخجل الجسدي بين المبحوثين، وأن مراقبة الجسم تتوسط هذه العلاقة. وأضافت أن هذا الدور الوسيط للمراقبة الجسدية تؤثر فيه متغيرات النوع والرقابة الذاتية، بمعنى أن قوة مراقبة الجسد كمتغير وسيط تتوقف على نوع المستخدم (ذكر أو أنثى) ومستوى مراقبته لذاته. واتضح أن المراهقين والمراهقات الذين يستخدمون شبكات التواصل لمدة تزيد عن ٤ ساعات أسبوعيًا وينشرون مزيدًا من الصور الشخصية وينتظرون تقييم الآخرين لها، لديهم مستويات أعلى من الرقابة الجسدية مقارنة بمن يقضون وقتًا أقل في استخدام شبكات التواصل وينشرون صورًا أقل عبرها.

٢٥- دراسة An Dakyung (2019) [٣١]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة الارتباطية بين عملية مشاركة الصور السيلفي من خلال التقاط الصور، واختيارها، والتلاعب بها، وتحميلها، وانتظار ردود الفعل من الآخرين حولها عبر شبكة التواصل الاجتماعي الإنستجرام، وصورة الجسد بالنسبة للمرأة. وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من مستخدمات الإنستجرام ممن تتراوح أعمارهن بين ٢١ و٣٥ عامًا في منطقة خليج سان فرانسيسكو، بلغ عددهن١٩ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية التناقض الذاتي. وأكدت نتائج الدراسة تأثير التفاعل العالي عبر الإنستجرام على رؤية المرأة لجسدها، حيث اتجهت المشاركات الأكثر نشاطًا إلى مقارنة أجسادهن بالصور المعروضة عبر المنصة، وثبت أن الاستخدام المرتفع للإنستجرام يؤثر سلبيًا على تصور المرأة لشكل جسدها، مما يجعلها تشعر بحالة من عدم الرضا الجسدي، على نحو يصيبها بعديد من الاضطرابات النفسية. وأضافت النتائج أن مشاهدة المرأة للصور عبر الإنستجرام تؤدي إلى شعورها بأهمية تعديل مظهر جسدها بحيث يبدو أكثر نحافة، مع الاهتمام بملابسها حتى تبدو أنيقة وجذابة. كما عبرت المبحوثات عن شعورهن بضغط نفسي يدفعهن نحو تحسين مظهرهن الخارجي، من خلال تقليل وزن أجسادهن. وأكدت النتائج أيضًا أن عمر المبحوثات يؤثر على العلاقة بين استخدام الإنستجرام وتبني الصورة السلبية للجسد، حيث ثبت أنه كلما كان سن المبحوثات صغيرًا، انخفضت الصورة المُتبناة نحو الجسد، كما اتضح اتجاه بعض المبحوثات نحو التوقف عن استخدام الإنستجرام لتحقيق صورة إيجابية عن ذواتهن في أذهانهن.

٢٦- دراسة سارة فيصل (٢٠١٩) [٣٢]

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الرضا عن الجسد لدى الإناث، وكيف يؤثر ذلك في الرضا عن الواقع الاجتماعي من خلال متغيرات العمر وكثافة استخدام تلك المواقع، وسلوكيات المقارنة الاجتماعية، وتأثير الوالدين والأقران، ومدى تقدير الذات. وتم تطبيق الدراسة على عينة متاحة قوامها (٤٠٠) مفردة من الإناث اللاتي تتراوح أعمارهن بين ١٤-٢٥ سنة. وانتهت الدراسة إلى وجود تأثير دال إحصائياً لكل من كثافة التعرض لمواقع الشبكات الاجتماعية على الاستيعاب الداخلي للجسد المثالي النحيف، ووجود تأثير دال إحصائياً لكل من كثافة التعرض لمواقع الشبكات الاجتماعية ومدى الرضا عن صورة الجسد، كما كان هناك تأثير دال إحصائياً لكثافة التعرض لمواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة في سلوك المقارنة الاجتماعية، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً في الرضا عن صورة الجسد طبقاً لقيمة الدخل الشهري للوالد وسن المبحوثة.

٢٧- دراسة Qi Wei & Cui Lijuan (2018)[٣٣]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي، باعتبارها القناة الاجتماعية الثقافية الأكثر شعبية لنقل صور الجسد المثالية، في تحفيز مخاوف صورة الجسد والأكل المضطرب لدى النساء. وهي دراسة تجريبية، تمت بالتطبيق على مجموعة من النساء ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٢٣ عامًا، بلغ عددهن ٦٤ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن التعرض لصور الجسد النحيف على وسائل التواصل الاجتماعي يهدد صورة جسم المرأة ويزيد من استهلاكها الغذائي غير الصحي، وأن صور الجسد النحيف المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي عادةً ما تكون من الأشخاص الأكثر ثراءً. وأضافت أن النساء اللاتي يتعرضن لصور الجسد النحيف على وسائل التواصل الاجتماعي، عبرن عن شعور أقل بالرضا تجاه وزنهن واعتراض أعلى على الذات، كما تناولن مزيدًا من الطعام غير الصحي.

٢٨- دراسة Baker Nicole (2018) [٣٤]

تستهدف الدراسة البحث في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على صورة الجسد لدى المرأة، باعتبارها نوعًا جديدًا من الوسائط التي ترتفع شعبيتها بين الشابات. وبذلك تسعى الدراسة إلى رصد كيفية استخدام الطالبات الجامعيات للإنستجرام وكيف يمكن أن يؤثر استخدام الإنستجرام بطرق مختلفة على صورة أجسادهن لديهن. وهي دراسة وصفية، استخدمت مجموعات التركيز لاستكشاف تجارب ٢٧ طالبة جامعية مع الإنستجرام. واستندت في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن طالبات الجامعات يستخدمن الإنستجرام أساسًا لمتابعة الآخرين أو مشاهدة الآخرين، ونشر صورهن الخاصة، وكذلك من أجل النشر الجاد والترويج للذات والبحث عن المشاركة، مما يوضح أن الطالبات يبذلن كثيرًا من الجهد فيما سينشرن، كما اتضح حرصهن على اختيار أفضل الصور لأنفسهن لعرضها، وحرصهن على التعليق على مشاركات الآخرين، وأملهن في تلقي الإعجابات والتعليقات على صورهن. وأضافت النتائج تأثير الصور التي تشاهدها الطالبات على استيعابهن لمعايير الجمال، وسلوكهن تجاه المقارنة الاجتماعية، وأنهن على دراية بمجموعة متنوعة من معايير الجمال على وسائل التواصل الاجتماعي، كما يدركن هذه المعايير ويبذلن الجهد في الالتزام بها. وأثبتت النتائج أيضًا تعبير بعض المشاركات عن شعورهن بعدم الرضا الجسدي نتيجة محاولة الارتقاء إلى مستوى هذه المعايير "غير الواقعية".

٢٩- دراسة Fardouly Jasmine & et. al (2018) [٣٥]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام الإنستجرام بصفة عامة والتعرض للصور الجسدية عبره ومخاوف المرأة وقلقها بشأن صورة جسدها، باعتبار الإنستجرام منصة وسائط اجتماعية قائمة على الصور، كما أن مستخدميها غالبًا ما ينشرون عبرها الصور عن أنفسهم وعن الآخرين من أجل تلقي التعليقات حولها. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الإناث ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٢٥ عامًا، منهن ٢٠٣ مفردة من الولايات المتحدة، و٣٧ مفردة من أستراليا. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى النماذج النظرية الثقافية الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة ارتباط

مشاهدة المبحوثات للصور على الإنستجرام بشعورهن باضطراب أعلى في الجسم ودافع أكبر للنحافة، في حين ثبت عدم ارتباط مشاهدة هذه الصور بالتقييم الذاتي، نظرًا لاشتمالها على حسن المظهر واللياقة والقوة الجسدية. وأضافت النتائج وجود مجموعة من العناصر التي تتوسط العلاقة بين مشاهدة الصور المثالية ومخاوف المرأة بشأن صورة جسدها فيما يتعلق بشعورها بعدم الرضا واتجاهها نحو النحافة، حيث تتحدد هذه العناصر في استيعاب المرأة للجمال المثالي، وميلها إلى مقارنة المظهر بشكل عام، ومقارنة المظهر مع النساء في الصور الملتهبة على الإنستجرام. وأشارت النتائج إلى أنه رغم دور الصور المثالية للجسد في تحفيز النساء على اتباع أسلوب حياة أكثر صحة، فإن عرض هذه الصور قد يؤثر سلبًا على شعورهن بالقلق والخوف بشأن صورة أجسادهن.

٣٠- دراسة Fardouly Jasmine & Holland Elise (2018) [٣٦]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تصورات النساء الأمريكيات لصورة أجسادهن من خلال تحديد تأثير التعليقات المنشورة حول هذه الصور على شعور المرأة بعدم الرضا عن جسدها، وشعورها بالمزاج السلبي، وتصوراتها تجاه مواصفات الجسد المثالي. وهي دراسة تجريبية تمت عبر الإنترنت، بالتطبيق على عينة من المستخدمات الأمريكيات بلغ عددهن ١٦٤ مفردة، ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٢٥ عامًا. ووظفت الدراسة نظرية المقارنة الاجتماعية في إطارها النظري. وأكدت نتائج الدراسة أن عرض الصور المثالية المأخوذة من وسائل التواصل الاجتماعي أثر تأثيرًا سلبيًا على صورة جسد المرأة، مع وجود تعليق أو عدم وجوده. كما لم يكن للتعليقات أي تأثير على الحالة المزاجية للمرأة، إلا أنها أثرت على تصور المرأة للهدف من الصورة، حيث شكلت النساء انطباعًا أقل إيجابية عن الصورة المُرفق بها تعليقات. وبذلك يتضح أن استخدام التعليقات على الصور عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون غير فعال في الحد من عدم رضا المرأة عن صورة جسدها. ويمكن تحديد أسباب عدم فاعلية نشر التعليقات حول الصور في اعتقاد المستخدمات أن الشخص يحاول في البداية خداعهم من خلال نشر الصور المثالية، أو أنه يحاول تقديم أفضل صورة عن نفسه. وشددت الدراسة على ضرورة أن يركز الباحثون وواضعو السياسات جهودهم على استخدام تقنيات تستهدف تحسين صورة جسم المرأة من خلال تشجيع النساء على نشر مزيد من الصور الطبيعية وغير المُعدلة لأنفسهن على وسائل التواصل الاجتماعي، مع تشجيع وسائل الإعلام التقليدية على نشر صور تشمل أشكالاً متنوعة من أجساد النساء والترويج لها على أنها صور جذابة.

٣١- دراسة Corinne R. (2018) Smith [٣٧]

تستهدف الدراسة تحليل العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقف تجاه تناول الطعام وصورة الجسم لدى المراهقات، من خلال تحديد العلاقة وقت استخدام شبكات التواصل وكثافته، وسلوكيات المراهقات في تناول الطعام وتصورهن تجاه صورة جسدهن. وتتبع أهمية الدراسة من العلاقة القائمة بين شبكات التواصل وصورة الجسد، وأهمية مرحلة المراهقة، وارتفاع نسب استخدام المراهقين والمراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من

المراهقات، بلغ عددهن ١٣ طالبة في إحدى مدارس كاليفورنيا. وأكدت نتائج الدراسة أن ٦١% من المشاركات يستخدمن شبكات التواصل لما يزيد عن ساعتين كل يوم، وأنهن جميعًا يستخدمن أكثر من شبكة تواصل واحدة، حيث يستخدمن كلاً من الإنستجرام والسناب شات واليوتيوب. وأضافت النتائج وجود علاقة سلبية كبيرة بين الوقت الذي تقضيه الفتاة على وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الجسم، حيث يرتبط ذلك بتعرض الفتاة لصور الموديلز والصديقات والشخصيات المشهورة وغيرها من الصور التي تقدم صورة الجسد المثالي والنحيف. ومع ذلك، لم تكن درجة كثافة وسائل التواصل الاجتماعي مرتبطة ارتباطًا كبيرًا بتقدير الجسم أو الكفاءة في تناول الطعام.

٣٢- دراسة Puglia Deanna R. (2017) [٣٨]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل كيفية تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على شعور الفتاة بتقدير جسدها من خلال البحث في العلاقة بين اتجاه الفتاة نحو مقارنة الجسد ودوافع استخدامها لشبكات التواصل ومدى تقديرها لجسدها. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على ٣٣٩ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى النظرية البيئية الاجتماعية من خلال نموذج التأثير الثلاثي حول صورة الجسم واضطرابات الطعام، كما استندت إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على شعور المرأة بعدم الرضا عن جسدها، ومن بين شبكات التواصل محل الدراسة، ثبت أن شبكة الفيسبوك صاحبة أعلى تأثير سلبي على الشعور بالرضا عن صورة الجسد؛ فكلما ارتفع استخدام المبحوثات للفيسبوك، قل شعورهن بالرضا عن مظهر جسدهن. وأضافت النتائج أن الاتجاه نحو مقارنة الجسم مرتبط سلبيًا بتقدير ورضا الجسد، إلا أنه مرتبط إيجابيًا بالدافع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإجراء مقارنات الجسم. وأوضحت الدراسة أيضًا أن تأثيرات استخدام المرأة لشبكات التواصل على تقديرها لصورة جسدها تتأثر بالوقت المنقضي في استخدام الشبكات الاتصالية ودوافعها لاستخدامها وخبراتها في هذا الاستخدام، وكذلك العمليات النفسية التي تمر بها المرأة في ظل استخدامها لشبكات التواصل.

٣٣- دراسة Lucienne H. (2016) Cohen [٣٩]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين استخدام المرأة لشبكة التواصل الاجتماعي الإنستجرام ومدى شعورها بالرضا عن صورة جسدها ومظهرها الخارجي. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني بالتطبيق على مجموعة من المستخدمات ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٢٥ عامًا، بلغ عددهن ١٢٩ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن مدة استخدام المرأة للإنستجرام ومتابعتها للمشاهير والأقران عبر المنصة قد يؤثر على توجهها نحو مظهرها وتصورها تجاه وزنها الزائد، حيث ثبت أن المرأة التي تستخدم الإنستجرام يوميًا من ساعة إلى ساعتين تهتم بمظهرها بشكل يفوق من تستخدم الإنستجرام لمدة تقل عن الساعة يوميًا، في حين ثبت أن صاحبات الاستخدام الأدنى يقضين وقتًا أقل في الاهتمام بالمظهر. وعبرت المشاركات اللاتي يتابعن صفحات المشاهير عن الانشغال بخفض الوزن مقارنةً بالمشاركات اللاتي يتابعن

صفحات الأقارب والمعارف والأصدقاء فقط، ويرتبط هذا الانشغال بالوزن باتباع نظام غذائي محدد وضبط النفس والقلق من دهون الجسم والسعي نحو التخلص منها. وبذلك أوضحت الدراسة أن منصة الإنستجرام توفر فرصة للمقارنة بين الأقران، مما يثير مخاوف وسلوكيات بشأن صورة الجسم، حيث بدت المقارنة مع المشاهير مرتبطة بقوة بالانشغال بالوزن الزائد والأكل المضطرب، حيث يروج المشاهير عبر المنصة للنحافة والجمال.

٣٤- دراسة Amanda F. (2016) Suplee[٤٠]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بعدم الرضا عند مظهر الجسد بالنسبة للفتيات، ومدى معاناتهن من اضطرابات الطعام، وشعورهن بالضغط الثقافي والاجتماعي، واتجاههن نحو مقارنة المظهر، في ضوء ارتفاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات القليلة الماضية واكتسابها شعبية كبيرة بين المراهقين والشباب. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من الإناث في المرحلة الجامعية في جامعات California Baptist University, California State University Dominguez Hills, La Sierra University, and North Dakota State University، بلغ عددهن ٧٤٦ مفردة ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٣٠ عامًا. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأثبتت نتائج الدراسة ارتباط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بعدم الرضا عن الجسم، واستيعاب صورة الجسد المثالي النحيف، ومقارنات المظهر، إلا أنه لم يكن مرتبطًا باضطراب الأكل، وأضافت النتائج أن استيعاب الإناث لصورة الجسد المثالي النحيف لم يهدئ العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعدم الرضا الجسدي، كما توسطت مقارنات المظهر سلبيًا العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعدم الرضا عن الجسد. وأثبتت النتائج أيضًا أن هذا الارتباط الإيجابي بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعدم الرضا الجسدي قد يكون متعلقًا بالمحتوى المرتبط بالمظهر والمحادثات التي تتم على هذه المواقع.

٣٥- دراسة Hendrickse Joshua (2016) [٤١]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام الفتيات لمنصة التواصل الاجتماعي الإنستجرام ومخاوفهن بشأن صورة الجسد واتجاههن نحو مقارنة المظهر. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من مستخدمات الإنستجرام من طالبات جامعة فلوريدا، بلغ عددهن ١٨٨ مفردة. واستندت في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة مباشرة بين الاستخدام العام للإنستجرام والقلق بشأن صورة الجسد، وهو ما يعد نتيجة مختلفة عما أثبتته نتائج الدراسات السابقة من وجود ارتباط قوي ومباشر بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالقلق حول مظهر الجسد. وأضافت أنه ما تزال هناك علاقة قوية بين المقارنات الاجتماعية المتعلقة بالمظهر التي تم إجراؤها على الإنستجرام ومخاوف صورة الجسم، خاصةً مع الدافع للنحافة، حيث اتضح التأثير السلبي للمقارنات التي تتم عبر المنصة على صورة الجسم. وأضافت النتائج أن المقارنات المتعلقة بالمظهر على المنصة توسطت العلاقة بين القدرة

التنافسية للإناث والسعي وراء النحافة، لكنها لم تتوسط العلاقة بين التنافس وعدم الرضا الجسدي، مما يوضح أن النساء يشكلن إستراتيجيات تنافسية تستهدف تعزيز الجاذبية الجسدية من خلال الظهور بمظهر أرق وأنحف من خلال المقارنات الاجتماعية المتعلقة بالمظهر، بما يسهم في دافعهم الداخلي لتحقيق النحافة.

٣٦- دراسة Brooks Calisha S. (2016) [٤٢]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين الشعور بعدم الرضا عن صورة الجسد واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين النساء الأمريكيات من أصل إفريقي، من خلال رصد وتحليل الارتباط بين استخدام وسائل التواصل والشعور بالسخط تجاه صورة الجسد، وما إذا كان الوقت المنقضي في استخدام هذه الوسائل مؤثرًا على صورة الجسد، مع تحديد دور الهوية العرقية في ذلك من حيث ارتفاعها وانخفاضها. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على مجموعة من المستخدمات الأمريكيات من أصل إفريقي ممن لديهن حسابات على شبكات الفيسبوك والإنستجرام وتويتر، ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٥٠ عامًا، بلغ عددهن ١٣٩ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن السيدات الأمريكيات من أصل إفريقي ممن لديهن مستويات أعلى من الهوية العرقية لديهن شعور أقل من الشعور بعدم الرضا عن شكل الجسد، في حين تعاني السيدات اللاتي لديهن مستويات أقل من الهوية العرقية من شعور أعلى بعدم الرضا عن الجسد. وأضافت النتائج أنه لم يثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ارتفاع الوقت المنقضي في استخدام شبكات التواصل وتبني المرأة لمزيد من التصورات السلبية نحو صورة جسدها. كما أوضحت الثبوت الجزئي للفرضية القائلة بأن النساء ال إفريقيات اللاتي يقضين مزيدًا من الوقت في استخدام شبكات التواصل ولديهن مستويات أعلى من الشعور بالهوية العرقية لديهن مستويات أقل من الشعور بعدم الرضا عن الجسد.

٣٧- دراسة Fardoulya Jasmine & et. al (2015) [٤٣]

تستهدف الدراسة البحث في تأثير استخدام شبكة التواصل الاجتماعي Facebook على الحالة المزاجية للمرأة وصورة الجسم لديها، وما إذا كانت هذه التأثيرات تختلف عن التأثيرات الناتجة عن مطالعة المرأة لمجلات الموضة عبر الإنترنت، مع تحديد دور المقارنة الاجتماعية في إطار هذه العلاقة. وهي دراسة شبه تجريبية، تمت بالتطبيق على عدد من الإناث بلغ عددهن ١١٢ مفردة. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن الفيسبوك هو الاستخدام الأكثر شيوعًا لوسائل الإعلام بين الشابات وأن استخدامه يمكن أن يضع النساء في حالة مزاجية أكثر سلبية، حيث ثبت الارتباط بين استخدام الفيسبوك لوقت طويل والشعور بالمزاج السلبي، كما ثبت التأثير السلبي لاستخدام الفيسبوك على صورة المرأة لجسدها، وهو ما يرجع إلى المواد والمضامين التي يعرضها الفيسبوك والتي تقدم للمرأة فرصة لمقارنة نفسها بغيرها على نطاق واسع من الأبعاد بما يشمل المظهر والوضع الاجتماعي وتجارب الحياة. وبالنسبة للنساء اللاتي يحرصن على إجراء المقارنات فيما يتعلق بالمظهر، فإن قضاء مزيد من الوقت في استخدام الفيسبوك يرفع من رغبتهن في تغيير ملامح وجههن وشكل شعرهن ومواصفات بشرتهن.

٣٨- دراسة Kim Ji Won & Chock T. Makana (2015) [٤٤]

تستهدف الدراسة البحث في استخدامات الشباب والشابات لشبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقة ذلك باتجاهاتهم نحو صورة جسدهم، في ضوء ما أكدته الدراسات السابقة من وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والشعور بالقلق بسبب صورة الجسد، من خلال رصد وتحليل تأثير استخدام الشابات لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك على تصوراتهن تجاه نحافة الجسد، وعلاقة ذلك بالوقت المنقضي في استخدام الفيسبوك، ودور المقارنة الاجتماعية في إطار هذه العلاقة. وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة عشوائية من الشباب والشابات في جامعة Northeastern بلغ عددهم ١٨٦ مفردة، كما استندت في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم ارتباط التعرض البسيط (الوقت الذي يقضيه على وسائل التواصل الاجتماعي) بالشعور بالقلق والخوف حول صورة الجسم، في حين ثبت الارتباط الكبير بين سلوكيات الاستمالة الاجتماعية عبر الإنترنت، مثل مشاهدة ملفات تعريف الزملاء والتعليق عليها، والدافع نحو النحافة للمشاركين من الإناث والذكور. وشددت النتائج على دور المقارنة الظاهرية كوسيط في العلاقة بين استخدام الفيسبوك والمخاوف المتعلقة بصورة الجسد، مما يوضح اتجاه وسائل التواصل الاجتماعي نحو التأثير على مخاوف صورة الجسد من خلال مقارنة المظهر. وأضافت الدراسة أن الذكور أكثر عرضة لإظهار الدافع نحو بناء عضلات الجسم، في حين أن الإناث أكثر عرضة لإظهار الدافع نحو النحافة، كما ثبت أن نوع وطبيعة الصور التي يشاركها الأقران عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر تأثيرًا على شعورهم بالقلق والخوف بشأن النحافة مقارنة بالعضلات.

٣٩- دراسة Kalnes Kathryn (2013) [٤٥]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي وصورة الجسد لدى المراهقات، وتأثير ذلك على شعورهن بالرضا عن شكل جسدهن وشعورهن بالاكتئاب ومعاناتهن من سلوكيات اضطراب الطعام. وهي دراسة حالة، استخدمت التدوينات لجمع المعلومات اللازمة، إلى جانب أداة المقابلات الفردية شبه المنظمة بالتطبيق على عدد من الطالبات في إحدى المدارس الثانوية الغربية (Midwestern public high school)، حيث تم إجراء ١٥ مقابلة خلال العام الدراسي ٢٠١٢/٢٠١٣. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريات التطور النفسي والاجتماعي والمقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة تأثر الأنشطة اليومية للمراهقات بصورة الجسم المتصورة، مع وجود تغيير واضح في صورة الجسم المدركة مع تقدم العمر، وأن المقارنة الاجتماعية تعد نشاطًا مستمرًا للمراهقات. وأضافت النتائج اعتراف الطالبات بالتفكير الدائم في شكل أجسادهن على مدار اليوم، وأن ذلك يعيقهن عن أداء بعض الأنشطة والممارسات اليومية. كما قدمت نتائج هذه الدراسة منهجًا عمليًا قائمًا على البحث لمعلمي التربية البدنية والصحة يستهدف تزويد المعلمين بالمعلومات ذات الصلة بتأثيرات عدم الرضا عن الجسم، والتأثيرات السلبية الناتجة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على صورة الجسد.

المحور الثاني: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تقدير الذات لدى المستخدمين.

١- دراسة(2022) Pop Lavinia Maria & et. al [٤٦]

تستهدف الدراسة البحث في تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الشعور بتقدير الذات. وهى دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من طلاب الطب وصل عددهم إلى ٤٢٧ طالبًا، كما استخدمت ثلاثة مقاييس لتحديد العلاقة بين استخدام شبكات التواصل وتقدير الذات، شملت مقياس روزنبرغ لتقدير الذات، ومقياس صورة الجسد، ومقياس الشعور بالوحدة. وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة وتقدير الذات وصورة الجسد، مع وجود اختلافات بين الجنسين؛ فقد أوضحت أن الطلاب يستخدمون شبكات التواصل لأسباب اجتماعية بنسبة (٤٩٪)، والترفيه بنسبة (٣١. ١٪) والمهام الأكاديمية بنسبة (١٩. ٩٪)، وأن أقل من نصفهم (٤٧. ٥٪) قارنوا أنفسهم بملفات المستخدمين الآخرين عبر شبكات التواصل. وأضافت النتائج أن استخدام Snapchat له علاقة ارتباطية إيجابية قوية بتقدير الذات، وأن حالة المستخدمين مرتبطة سلبًا باستخدام TikTok، حيث ذكر أكثر من ثلاثة أرباعهم أنهم مارسوا التمارين لفقدان الوزن أو منع زيادته بعد استخدامهم لتطبيق TikTok. وأوضحت النتائج أيضًا أن ما يقرب من نصف الطلاب لديهم مستوى متوسط إلى مرتفع من الشعور بالوحدة، كما وُجد أن العمر والجنس مهمان في إطار ذلك؛ فكلما كان المستخدم أصغر سنًا، زاد شعوره بالوحدة والاكتئاب، وزاد عدد ساعات استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي. وكانت النتيجة الإجمالية لتقدير الذات أعلى كثيرًا لدى الرجال مقارنةً بالنساء.

٢- دراسة Yousaf Anam & et. al (2021) [٤٧]

تستهدف الدراسة البحث في الدور الوسيط لتقدير الذات بين أنماط التعلق بوسائل التواصل الاجتماعي وإدمانها بين فئة الشباب. وهي دراسة وصفية تمت خلال الفترة من ١٠ فبراير ٢٠٢٠ إلى ١٥ سبتمبر ٢٠٢٠، واستخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من طلاب جامعة سارجودا ممن تتراوح أعمارهم بين ١٩ و٢٥ عامًا، بلغ عددهم ٣٥٠ مفردة، منهم ٣٤. ٦% من الذكور و٦٥. ٤% من الإناث. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى النظريات التحليلية النفسية. وأكدت نتائج الدراسة أن ارتفاع استخدام شبكات التواصل يعد مؤشرًا على إدمانها، وبذلك يُصاب المستخدم بانخفاض تقدير الذات والشعور بالقلق والتوتر. وأوضحت النتائج أيضًا أن الممارسات الأسرية السليمة تؤدي إلى شعور الفرد بتقدير ذات مرتفع وعدم إدمانه لاستخدام شبكات التواصل، حيث إن المستخدمين الذين تمتعوا بدفء العلاقات الاجتماعية مع والديهم في مرحلة الطفولة أقل إدمانًا لشبكات التواصل مقارنةً بأولئك الذين خاضوا تجارب طفولة مؤلمة، فيستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لتعويض ما فقدوه من رعاية. وبذلك يتضح أن التعلق الآمن بشبكات التواصل يحقق حالة من الحماية للفرد ويدعم شعوره بتقدير الذات ويقلل من حالات الإدمان السلوكي والإدراكي لشبكات التواصل.

٣- دراسة Drake Allison (2021) [٤٨]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين الشعور بتقدير الذات لدى البالغين الشباب ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٠ عامًا ومجموعة من المتغيرات التي تتمثل في الالتزام بالذهاب إلى الكنيسة، والمشاركة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والنوع، والسن، والمستوى التعليمي. وهي دراسة كيفية، استخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على ٣١٠ مفردة، كما استندت في إطارها النظري إلى نظرية الهوية الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة تأثير حضور المبحوثين في الكنيسة، واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك نوعهم وعمرهم ومستوى تعليمهم على مدى تقديرهم لذواتهم، وهو ما يدعم فرضيات نظرية الهوية الاجتماعية حول الدور المهم للمجموعات التي ننتمي إليها كمصدر لتقدير الذات. وأوضحت النتائج أن متغيرات الحضور في الكنيسة، ومشاركة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والعمر، ومستوى التعليم، والنوع تنبأت بمستوى تقدير الذات، إلا أن العمر تنبأ بأكبر قدر من التباين في تقدير الذات لدى المستخدمين، وبذلك اعتبرته الدراسة أفضل المتغيرات في التنبؤ بتقدير الذات. كما جاءت نتائج هذه الدراسة لتدعم نتائج الدراسات السابقة التي أظهرت أن الحضور في الكنيسة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثران في تقدير الذات.

٤- دراسة Shao Xiaoyi & Ni Xiaoli (2021) [٤٩]

تستهدف الدراسة البحث في التأثيرات المتعددة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على البيئة الأسرية الحميمية وتقدير الذات لدى المراهقين. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على مجموعة من المشاركين ممن تقل أعمارهم عن ٢٥ عامًا، منهم ١٠٤٠ من الذكور و ١٢٠١ من الإناث. وأكدت نتائج الدراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط داعم بين جميع المشاركين، مع وجود فروق بين الذكور والإناث، وبذلك أشارت النتائج إلى أن اختلاف النوع يؤدي إلى وجود احتياجات نفسية واجتماعية مختلفة عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يميل المراهقون الذكور إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كعادة في حياتهم اليومية، في حين تفضل المراهقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الدعم. وأضافت النتائج أن الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأساسية المسئولة عن التنشئة الاجتماعية للمراهقين، إلا أن توسط وسائل التواصل الاجتماعي العلاقة بين المراهقين وأفراد أسرهم أثّر سلبيًا على تحسين شعورهم بتقدير الذات، كما أن رغبة المراهقين في مزيد من الدعم الاجتماعي والنفسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى علاقة أسرية أقل حميمية وتدني شعورهم بتقدير الذات.

٥- دراسةRay Tracie (2021) [٥٠]

تستهدف الدراسة البحث في تأثير استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي - باعتبارهم الفئة الأعلى في استخدام الإنترنت- على صحتهم النفسية، ومدى شعورهم بالاكتئاب ومستوى تقديرهم لذواتهم ورفاهيتهم عاطفيًا. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة المقابلة المتعمقة بالتطبيق على عدد من المشاركين من سكان الولايات المتحدة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨ و٢١ عامًا، بلغ عددهم ١٨ مشاركًا. واستندت الدراسة في إطارها النظري

إلى نظرية الإدراك. وأكدت نتائج الدراسة أن المبحوثات يشاركن صورهن عبر شبكات التواصل بصورة متكررة، في حين يشارك المبحوثون بنشر المنشورات المضحكة. وأوضح المبحوثون بصفة عامة أنهم يلجئون إلى استخدام الفلاتر عند مشاركة الصور وأنهم يهتمون بمتابعة عدد التعليقات والإعجابات على الصور وقد يحذفون الصور التي لم تتلق كثيرًا من الإعجابات. وأضافت الدراسة أن المشاركين جميعهم يقارنون أنفسهم بالآخرين أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مما يوضح أنهم مشاركون سلبيون، وأشارت إلى أن هذه المقارنات والتقييمات الذاتية غالبًا ما تدفع المشاركين إلى التشكيك في حياتهم أو مظهرهم أو مواقفهم، حيث أشار المشاركون إلى أن هذا السلوك غالبًا ما يعزز المشاعر السلبية لديهم ويقلل من شعورهم بقيمة الذات لديهم.

٦- دراسة Ozimek Phillip & Werner Hans (2020) [٥١]

تستهدف الدراسة البحث في التأثيرات قصيرة وطويلة المدى لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ولجوء المستخدم إلى إجراء المقارنة الاجتماعية التي تؤثر على تقدير الذات وتزيد من الميول الاكتئابية. وتمت هذه الدراسة من خلال إجراء ثلاث دراسات؛ كانت الأولى تجريبية، شملت ٧٥ مفردة، وتضمنت مجموعتين تجريبيتين ومجموعة ضابطة واحدة، في حين كانت الدراسة الثانية استقصائية شملت ٨٠٩ مفردة باستخدام أداة الاستبيان وعينة كرة الثلج، وشملت الدراسة الثالثة ١٤٥ مفردة، وتمت باستخدام أداة الاستبيان أيضًا. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية، وأكدت نتائج الدراسة الارتباط الإيجابي بين كثافة الاستخدام السلبي لشبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" والميل الاكتئابي، مع توسط المقارنة الاجتماعية لهذه العلاقة. كما ثبت الارتباط السلبي بين التوجه نحو المقارنة الاجتماعية وتقدير الذات، وهو ما يتفق مع المنطق القائل بأن الاستخدام السلبي المرتفع للفيسبوك مرتبط بتوجه المستخدم نحو المقارنة الاجتماعية، وهو ما يرتبط بدوره بشعور المستخدم بتدني تقدير الذات.

٧- دراسة Demircioglu Zeynep Isil & Kose Asli Goncu (2020) [٥٢]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها جزءًا لا يتجزأ من الحياة المعاصرة، والشعور بتقدير الذات، وارتباط ذلك بإدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. وهي دراسة وصفية، تمت باستخدام أداة الاستبيان، وشملت عينتها ٤٥٥ طالبًا جامعيًا بجامعة Cankaya (٣٠٠ من الإناث و١٥٥ من الذكور). واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية التعزيز. وتوصلت نتائج الدراسة إلى تفضيل غالبية المبحوثين لشبكة التواصل الاجتماعي الإنستجرام في الترتيب الأول يليه تويتر ثم الفيسبوك، وأن ٥٤. ٥% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل لمدة تتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات. وأضافت النتائج وجود علاقة بين تقدير الذات وإدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتوسطها النوع، حيث ثبت أن الإناث لديهن مستويات إدمان لشبكات التواصل أعلى من الذكور، كما ثبت أن الإناث اللاتي يعانين من انخفاض تقدير الذات يعانين مستويات إدمان عالية لشبكات التواصل بما يفوق الإناث اللاتي لديهن مستويات عالية من تقدير الذات. في حين اتضح أن الرجال ذوي المستوى المنخفض والمرتفع لتقدير

الذات لديهم درجات متشابهة من إدمان استخدام شبكات التواصل. وبذلك أكدت النتائج أن النساء اللاتي يعانين انخفاض تقدير الذات قد يتجنبن استخدام قنوات الاتصال المباشر ويلجأن إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وهكذا توضح النتائج أن شبكات التواصل تقدم فرصًا للتواصل للأشخاص الذين يشعرون بالضغط النفسي وانخفاض تقدير الذات.

٨- دراسة Midgley Claire & et. al (2020)[٥٣]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ولجوء المستخدمين إلى المقارنة الاجتماعية، وطبيعة تأثير هذه المقارنة على تقدير الذات المُدرك. وتمت الدراسة من خلال إجراء أربع دراسات استخدمت أداة الاستبيان والمنهج المسحي والتجريبي، وشملت ٧٩٨ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة دور شبكات التواصل في منح الأفراد فرصة المقارنة بغيرهم، موضحة أن قضاء ١٠٠ دقائق في استخدام شبكات التواصل وممارسة الأنشطة الإلكترونية يزيد من فرص إجراء المستخدم للمقارنة الاجتماعية ومن ثم إصابته بشعور سلبي تجاه نفسه، وأن انخفاض تقدير المستخدم لذاته يعرضه إلى مخاطر تقدير الذات كنتيجة للمقارنة الاجتماعية، خاصةً إذا كان لا يتمتع في العموم بدرجة عالية من تقدير الذات، حيث إنه يلجأ إلى إجراء المقارنة بين نفسه وأشخاص آخرين لديهم تقدير ذاتي مرتفع. وأضافت النتائج أنه كلما كانت المقارنة تصاعدية، ارتفعت التأثيرات السلبية لها، خاصةً مع ارتباطها بالمنشورات الإيجابية، وأن ذلك يؤثر على ذوي تقدير الذات المنخفض أكثر من ذوي تقدير الذات المرتفع، وأن المقارنة الاجتماعية التي تتم عبر شبكات التواصل تكون مختلفة عن تلك التي تتم في السياقات الأخرى غير المرتبطة بشبكات التواصل. وبذلك أوضحت الدراسة أن المقارنة الاجتماعية عبر شبكات التواصل سلوك متكرر وفي ازدياد دائم، وتنتج عنها عواقب سلبية، تتمثل في الحالة المزاجية السيئة وانخفاض تقدير الذات وانخفاض الشعور بالرضا عن الحياة.

٩- دراسة Berrios Ann (2020) [٥٤]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاعر الإيجابية والسلبية لطلاب المدارس الثانوية فيما يتعلق بقيمة الذات من أجل فهم كيفية تأثير مشاركة الطلاب عبر الإنترنت على تعزيز تقديرهم لذاتهم. وهي دراسة وصفية، اهتمت برصد تجارب المراهقات في مدرستين ثانويتين لفهم العلاقة بين استخدامهن لوسائل التواصل الاجتماعي وتصوراتهن عن تقديرهن لذاتهن، باستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على ٧٧ مفردة، وأسلوب المقابلات شبه المنظمة بالتطبيق على ١١ مفردة، ومجموعتين للمناقشة المركزة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية مفهوم الذات، ونظرية الشبكات. وأكدت نتائج الدراسة أن المراهقات يشاركن ما يردن أن يراه الآخرون عنهن، وأن ردود فعل أقرانهن ومشاركاتهن عبر وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على مستوى تقديرهن لأنفسهن. وأوضحت النتائج أيضًا أن استخدام المراهقات لوسائل التواصل الاجتماعي أثر بشكل لاشعوري على التصورات الذاتية لهن، مما يؤدي إلى جرح شعورهن بتقدير الذات اعتمادًا على كيفية استخدامهن لشبكات التواصل وتفسير الردود التي تُرسل إليهن.

١٠- دراسة Gaethe Teri (2020) [٥٥]

تستهدف الدراسة البحث في دور بعض المتغيرات في التأثير على تقدير الذات، حيث شملت هذه المتغيرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والنوع والعمر والمقارنة الاجتماعية، ومدى قدرة هذه المتغيرات على توضيح درجة تقدير الذات لدى الفرد منفردةً أو مجتمعةً. وهي دراسة وصفية كمية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من البالغين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٦٤ سنة. وبلغ حجم العينة (غير الاحتمالية) ١١٢ مشاركًا. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الاكتفاء الذاتي ونظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقدير الذات والمتغيرات الأربعة المتمثلة في العمر والنوع والمقارنة الاجتماعية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن الوقت الذي يقضيه الفرد على وسائل التواصل الاجتماعي هو المؤشر الأكثر أهمية الذي يظهر قدرة فريدة على توقع تقدير الذات، كما أوضحت أن الارتباط بين متغيري العمر واستخدام شبكات التواصل يتنبأ بمستوى تقدير الذات على أفضل وجه. وأضافت أن العمر مرتبط إيجابيًا بتقدير الذات؛ فكلما زاد العمر، زاد تقدير الذات، في حين يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ارتباطًا سلبيًا بتقدير الذات، فكلما زاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، انخفض تقدير الذات لدى الجميع باستثناء الفئات العمرية الأكبر سنًا.

١١- دراسة Mann Rachel (2020) [٥٦]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي ولجوئهم نحو المقارنة الاجتماعية ومدى شعورهم بتقدير الذات. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على ١٥٢ مراهقًا ممن تتراوح أعمارهم بين ١١ و١٨ عامًا. وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين تكرار استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وتوجههم نحو إجراء المقارنة عبر الإنترنت، حيث يؤدي قضاء مزيد من الوقت عبر الشبكة إلى إتاحة الفرصة للمراهقين لاستكشاف منشورات الآخرين ومقارنة أنفسهم معهم. وأضافت أن المراهقين أكثر حساسية من غيرهم للتأثر بردود فعل الآخرين حول منشوراتهم وآرائهم، لذلك يحرصون على حسن تقديم أنفسهم عبر شبكات التواصل وبذلك تتضح العلاقة بين أساليب التقديم الذاتي للمراهقين ومدى شعورهم بتقدير أنفسهم. وأوضحت الدراسة أيضًا أن ذوي تقدير الذات المرتفع يشعرون براحة أكبر عند التعبير الصادق والصريح عن أنفسهم إلكترونيًا كما يكونون أقل تأثرًا بردود الفعل السلبية تجاههم، في حين يكون ذوو تقدير الذات المنخفض أكثر تأثرًا بهذه الردود. وأشارت أيضًا إلى وجود فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالخصائص التي يرفضون الاتسام بها أو إظهارها في محتوياتهم التي ينشرونها عبر شبكات التواصل، وكانت الإناث أكثر حرصًا في ذلك مقارنة بالذكور.

١٢- دراسة Pape Anthony (2019) [٥٧]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بتقدير الذات لدى طلاب المدارس حيث توجد عديد من البرامج والتطبيقات

المختلفة التي يهتم بها طلاب المدارس المتوسطة والتي أصبح استخدامها شائعًا جدًا بينهم. وهي دراسة تجريبية، استخدمت أداة الاستقصاء والمقابلات مع عينة طبقية من ١١٠ طالب من المرحلة الإعدادية من الصف السادس والسابع والثامن، وتكونت المجموعة الضابطة لها من طلاب المدارس الإعدادية الذين يقضون بضعة أيام فقط في الأسبوع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في حين تكونت المجموعة التجريبية من هؤلاء الأطفال الذين يمضون بعض الوقت على الأقل كل يوم في استخدام نوع من وسائل التواصل الاجتماعي. وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة بين الشعور بتقدير الذات واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أظهر طلاب المدارس الإعدادية تأثيرات لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الشعور بتقدير الذات. كما أضافت أن الطلاب يحذفون المنشورات التي تلقى ردود فعل سلبية من جانب الآخرين، كما أنهم يلجئون إلى تغيير صورهم وإظهار هوية زائفة عن أنفسهم بغرض كسب قبول الآخرين لهم، وبذلك شددت النتائج على وجود علاقة مهمة وقوية بين تأثير الأقران والثقة بالنفس، وبالتالي الشعور بتقدير الذات، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء اعتبار هذه الفئة العمرية أكثر عرضة للإصابة بالاضطرابات النفسية لكونها أكثر هشاشة وتأثرًا بكل ما يُثار من ردود أفعال حولها.

١٣- دراسة Kircaburun Kagan (2019) [٥٨]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين الاستخدام الإشكالي للوسائط الاجتماعية وثالوث الظلام dark triad (DT) الذي يتضمن إصابة الشخص بسمات الميكافيلية، والاضطرابات النفسية، والشعور بالنرجسية، وانعكاس ذلك على تقدير الذات. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من طلاب الجامعات، بلغ عددهم ٨٢٧ طالبًا جامعيًا منهم (٦٠٪) إناثاً و(٤٠٪) ذكوراً. وأوضحت نتائج الدراسة الارتباط السلبي بين تقدير الذات والاستخدام الإشكالي لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يرتبط انخفاض تقدير الذات ببعض العوامل السلبية المتمثلة في الشعور بالوحدة والاكتئاب، نظرًا لرغبة الأفراد ذوي تقدير الذات المنخفض في تعويض حاجتهم إلى علاقات اجتماعية واقعية أو شغل أنفسهم باستخدام منصات افتراضية مثل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مفرط لتجنب العلاقات الإشكالية، أو لجوئهم إلى وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة تقدير الذات من خلال جمع الإعجابات. كما اتضح أيضًا أن هؤلاء الأشخاص قد يقضون وقتًا طويلاً في تصميم ملفاتهم الشخصية لإبراز ذاتهم بشكل أفضل من أجل تجنب النقد أو تلقي مزيد من الدعم الاجتماعي من خلال الحصول على تعليقات إيجابية وإعجابات.

١٤- دراسة Rashall Nicholas (2019) [٥٩]

تستهدف الدراسة رصد تأثيرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على شعور الفرد بتقدير الذات، وارتباط ذلك بخصائص الفرد الشخصية، والمنصة التي يستخدمها، والوقت الذي يقضيه في استخدامها. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني بالتطبيق على عينة تتكون من ٦٠ مفردة من طلاب جامعة Houston Baptist. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة إحصائية ضعيفة بين تقدير الذات واستخدام شبكات التواصل

الاجتماعي وأن استخدام مزيد من منصات الوسائط الاجتماعية يؤدي إلى قضاء مزيد من الوقت عبر وسائل التواصل الاجتماعي كل يوم، وفي إطار ذلك ثبت أن الخصائص الديموغرافية هي المتغير الوحيد الذي له علاقة بمستوى تقدير الذات لدى المبحوثين، حيث أوضحت النتائج أن انفتاح الشخص على التجربة له علاقة مباشرة وقوية بتقدير الذات، وأنه كلما زاد الانفتاح على التجربة، ارتفع تقدير الفرد لذاته والعكس صحيح، وأن الأفراد الذين يستخدمون شبكات التواصل بصورة متوسطة تمتد من ساعة إلى ساعتين يعبرون عن مستوى أعلى من تقدير الذات مقارنة بغيرهم. كما أشارت إلى وجود ارتباط عكسي بين تقدير الذات وإصابة الفرد بالعصبية، حيث إن الأشخاص الذين يتمتعون بتقدير ذات مرتفع أكثر عرضة للتمتع بالاستقرار العاطفي. ورفضت النتائج الفرضية القائلة بأن مستخدمي الإنستجرام لديهم شعور أقل بتقدير الذات مقارنةً بمستخدمي الفيسبوك وتويتر، مما يوضح أن طبيعة المنصة ونظامها لا يؤثران على درجة شعور الفرد بالتقدير الذاتي.

١٥- دراسة Guven Alev (2019) [٦٠]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات والشعور بالرضا عن الحياة بين طلاب الجامعات في الولايات المتحدة. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان لتقييم مستوى إدمان المشاركين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وبلغ عدد العينة ١٨٨ طالبًا، منهم ٧٨. ٢% من الإناث و٢١. ٨% من الذكور. وأكدت نتائج الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعد مؤشرًا على تقدير الذات في حين لم يكن هناك ارتباط بين الرضا عن الحياة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وقد يرجع ذلك إلى عدم ارتباط استخدام طلاب الجامعات لشبكات التواصل بشعورهم بالرضا عن حياتهم بسبب ارتباط شعورهم بالرضا بعناصر أخرى تتمثل في العائلة والزملاء والأصدقاء. وأوضحت الدراسة أيضًا وجود علاقة سلبية بين استخدام شبكات التواصل والشعور بتقدير الذات، مما يوضح أن الطلاب ذوي الاستخدام المرتفع لشبكات التواصل لديهم مستويات منخفضة من تقدير الذات، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية قوية بين الشعور بتقدير الذات والشعور بالرضا عن الحياة، مما يوضح أن الطلاب ذوي المستوى المرتفع من تقدير الذات لديهم مستويات عالية من الشعور بالرضا عن حياتهم.

١٦- دراسة Chang Felicia M. (2019) [٦١]

تستهدف الدراسة البحث في دوافع النساء لنشر صورهن السيلفي وتأثير التعليقات الواردة على هذه الصور على شعورهن بتقدير الذات. وهي دراسة وصفية، تمت من خلال إجراء ثلاث دراسات، شملت الأولى منهما ٢٩٧ طالبة جامعية باستخدام أداة الاستبيان، وشملت الدراسة الثانية ٤٨ مفردة، تم الوصول إلى حساباتهن عبر الإنستجرام للحصول على معلومات حول نسب متابعيهن والإعجابات والتعليقات الموجودة على صورهن، وذلك لمدة شهرين، في حين كانت الدراسة الثالثة تجريبية شملت ١٧٥ مفردة استهدفت تحديد تأثير عدد الإعجابات والتعليقات على شعور النساء بتقدير الذات. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريات الاستخدامات والإشباعات. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه اتضح الارتباط

المباشر لتقدير الذات المشروط بالمظهر بمدى تحرير النساء وتعديلها لصورهن. وأضافت النتائج أنه رغم أن النساء الأجمل في المظهر قد تكون لديهن رغبة أقوى في الحصول على تعليقات حول مظهرهن وبالتالي نشر صورهن السيلفي بشكل متكرر، فإن نشر الصور الشخصية دائمًا قد لا يكون أمرًا يحركه سوى المظهر. وثبت عدم ارتباط تقدير الذات المشروط بالمظهر بنشر الصور الشخصية مباشرة، كما ثبت عدم تأثير الإعجابات المستلمة على الشعور بتقدير الذات، وهو ما يؤكد الفكرة القائلة بأن نشر الصور السيلفي لإظهار مظهر الشخص واكتساب الثقة بالنفس لا يمثل سوى دافع واحد محتمل وراء نشر هذه الصور وهو الظهور بمظهر حسن.

١٧- دراسة Barker Jody Don (2018) [٦٢]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، نظرًا لأن وسائل التواصل الاجتماعي تعد منصة بارزة في مشاركة المعلومات عبر الإنترنت، ويمكن أن تؤثر على تقدير المرء لذاته إن لم يكن حريصًا ومنتبهًا. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عدد من مستخدمي شبكات التواصل وصل إلى ٢١٨ مشاركًا. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وأكدت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي لها بعض التأثير على تقدير الشخص لذاته، وأنه من المرجح أن يستخدم الشخص الذي يتمتع بتقدير كبير لذاته وسائل التواصل الاجتماعي للعثور على محتوى ترفيهي والترويج للمنتجات والخدمات، والتحدث عن إنجازاته، في حين يستخدمها الشخص الذي يعاني تدني تقدير الذات حتى لا يشعر بالوحدة دون أن يهتم بنشر الصور السيلفي. وأكدت أيضًا أن استخدام Snapchat و Instagram يتم من جانب أولئك الذين يتمتعون بتقدير الذات المرتفع بما يفوق من يعانون تدني احترام الذات. وأضافت النتائج عدم وجود ارتباط بين الذكور والإناث واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، في حين ثبت وجود علاقة بين العمر وتقدير الذات، حيث إنه كلما ارتفع عمر المستخدم، انخفض شعوره بتقدير ذاته.

١٨- دراسة Deloatch Megan A. (2017) [٦٣]

تستهدف الدراسة البحث في تأثير المشاركة في ورش العمل المهتمة بموضوع شبكات التواصل الاجتماعي على شعور المستخدمين بتقدير الذات والرفاهية النفسية. وهي دراسة تجريبية، استخدمت أداة الاستبيان، وتمت بالتطبيق على مجموعة من الطلاب الأمريكيين من أصل إفريقي بلغ عددهم ٦٠ طالبًا (٣٠ من الذكور و٣٠ من الإناث) من جامعة HBCU، حيث تم تقسيمهم إلى مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة. وقامت الدراسة على افتراضات رئيسية أهمها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشعور بتقدير الذات لدى الطلاب الذين حضروا ورشة العمل وغيرهم ممن لم يحضروا ورشة العمل. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية ونظرية التقييم الذاتي. وأكدت نتائج الدراسة أن الذكور لديهم شعور أعلى من الإناث فيما يتعلق بتقدير الذات، وأن الإناث أعلى في استخدام شبكات التواصل مقارنة بالذكور. وأضافت أن ورشة عمل وسائل

التواصل الاجتماعي لم يكن لها تأثير على تقدير الذات لدى الطلاب الأمريكيين من أصل إفريقي، وأكدت الدراسة أيضًا أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بطرق صحية يمكن أن يؤدي إلى تعليم الشباب عدم الاعتماد الشديد على إقامة علاقات مع الآخرين من خلال الفضاء الإلكتروني، وتنبيههم إلى أن يصبحوا أكثر تفاعلًا وانخراطًا في التواصل وجهًا لوجه، مما يؤدي إلى تحسين طرق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين الأداء الدراسي، وزيادة الرفاهية النفسية، وتحقيق ارتفاع تقدير الذات، ومزيد من الرضا عن الحياة، وكذلك أداء نفسي واجتماعي أفضل.

١٩- دراسة Grossman Margalit (2017)[٦٤]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسمات الشخصية الميكافيلية والسلوك المخادع وتقدير الذات لدى المستخدمين باعتبار مواقع التواصل الاجتماعي جزءًا كبيرًا من الحياة اليومية لعديد من الأفراد. واقتصرت هذه الدراسة على مستخدمي Facebook وInstagram و Twitterو Snapchat لأنها أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا خلال الفترة الحالية. واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون وشملت عينتها ١١٥ مشاركًا. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الخداع الشخصي. وأكدت نتائج الدراسة أن الأفراد الذين يعانون تدني تقدير الذات ولديهم رغبة اجتماعية أقل يكونون أكثر عرضة للانخراط في سلوك مخادع عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث اعترف بعض المبحوثين أنهم ينشرون معلومات خادعة حول أنفسهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وربطت الدراسة هذا السلوك ببعض الميول لديهم، تحددت في نظرتهم المتدنية إلى أنفسهم وعدم رغبتهم في إقامة علاقات اجتماعية واقعية. كما أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية سلبية بين تدني تقدير الذات وممارسة الخداع عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أوضحت وجود علاقة إيجابية بين سمات الشخصية الميكافيلية وممارسة الخداع عبر شبكات التواصل.

٢٠- دراسة Gallagher Shannon M. (2017) [٦٥]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتقدير الذات بين المراهقين. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على ١٣٠ مشاركًا من مدرستين ثانويتين مختلفين لتقييم استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي وقياس تقديرهم ذاتهم. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة وجود متغيرات مهمة تتحكم في درجة شعور المراهقين بتقدير الذات تتحدد في الإعجابات التي يتوقعون الحصول عليها، ومقدار الإعجابات على آخر صورة شخصية لهم، ومقدار الإعجابات التي يتلقونها عادةً على صورهم الشخصية، ومقدار الوقت الذي ينتظرونه للحصول على ردود الفعل المتوقعة. وأضافت النتائج أن أولئك الذين يتمتعون بتقدير ذات مرتفع لديهم عدد أكبر من الإعجابات في منشوراتهم مقارنة بنظرائهم الذين يعانون تدني تقدير الذات، واتضح أن ذوي تقدير الذات المرتفع ينتظرون قدرًا أكبر من الوقت بعد أن ينشرون شيئًا على وسائل التواصل الاجتماعي للتحقق منه مرة أخرى لمعرفة عدد الإعجابات التي تلقوها، في حين يلجأ الأشخاص الذين يعانون تدني تقدير الذات إلى التحقق

من ذلك على الفور. وبذلك يتضح أن تقدير الذات العالي يعمل بمثابة حائط صد عندما لا يتلقى المشاركون عددًا كبيرًا من الإعجابات على مشاركاتهم كما اعتقدوا، مما يشكل حماية نفسية قوية للمراهقين، عكس غيرهم ممن يعانون تدني تقدير الذات.

٢١- دراسة Solomon Michelle (2016) [٦٦]

تستهدف الدراسة رصد وتحليل تأثير مشاركة الفتاة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتعرضها لصور الوسائط على تقييم ذاتها من خلال استكشاف تأثير التقييم الذاتي للمقارنة الاجتماعية في سياق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المحتوى الذي تقدمه الفتاة، وعروضها التقديمية عن الذات المثالية، وأسلوب انخراطها في إدارة الانطباع، والمقارنة بين ذاتها الحقيقية وعبر الإنترنت، وتجاربها المتنوعة عند عرض الملفات الشخصية للآخرين غير المعروفين والمعروفين أيضًا، ومدى استجاباتها العاطفية عند المشاهدة، وإلى أي درجة يمكن أن تؤثر المقارنة الاجتماعية عبر الإنترنت على نظرتها للذات. وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة المقابلة شبه المنظمة بالتطبيق على ثماني شابات بالغات، تتراوح أعمارهن بين ٢٤ و ٣٠ عامًا. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريتي الهوية والمقارنة الاجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة أن النساء يبحثن عن صور لما يرغبن في الظهور به، والملابس التي يرغبن في ارتدائها، ونمط الحياة الذي يرغبن في عيشه، مما يخلق عملية مقارنة قد تثير ردود فعل سلبية تتمثل في الشعور بالحزن والغيرة. وأضافت النتائج أن تعرض المشاركات لمحتوى الوسائط الاجتماعية بشكل عام أثار التشكيك في الحالة الشخصية والاجتماعية للمستخدمات والجوانب المتعلقة بصورة جسدهن، كما عبرت المشاركات الأكبر سنًا عن عدم قبولهن لهذه الصور الإعلامية، وأنهن يعتقدن أنها صور غير واقعية. كما أوضحت النتائج أن انخراط المشاركات في المقارنة الاجتماعية مع الصور عبر الإنترنت أدى إلى ظهور وجهات نظر سلبية وانتقادية عن أنفسهن، تعلقت بتصوراتهن الذاتية حول المظهر الجسدي والكفاءة الاجتماعية، وارتبطت بحالات عاطفية مؤلمة مثل الشعور بالإقصاء، وعدم الأمان، والشك، ورفض الذات.

٢٢- دراسة Santarossa Sara (2015) [٦٧]

تستهدف الدراسة البحث في العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وصورة الجسم لدى المستخدمين ومدى شعورهم بتقدير الذات من خلال رصد بعض المتغيرات المتمثلة في الاستخدام الإشكالي لشبكات التواصل، والوقت المنقضي في استخدامها، وعدد الأصدقاء عليها، ومدى الاطلاع على صور الآخرين، ومدى نشر الصور الشخصية، ودرجة الاهتمام بتعليقات الآخرين عليها، ومدى اللجوء إلى تحرير الصور وفلترتها. وتمت هذه الدراسة من خلال إجراء دراستين إحداهما مسحية بالتطبيق على ١٦٠ مفردة والأخرى تجريبية، تمت من خلال استخدام مجموعة تجريبية ومجموعة أخرى ضابطة بالتطبيق على ٧٨ مفردة. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى النظرية الاجتماعية الثقافية. وأشارت نتائج الدراسة إلى قضاء الإناث لمعظم أوقاتهن في استخدام الإنستجرام في حين يقضي الرجال معظم أوقاتهم في استخدام تويتر، وأوضحت ارتباط استخدام شبكات التواصل بتدني تقدير الذات واتباع الأفراد لسلوكيات غير صحية. وأضافت النتائج أن هناك مخاطر شديدة

لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الشعور بتقدير الذات وأن الاستخدام الإشكالي لها يزيد من الأعراض السلبية للاضطرابات النفسية والغذائية لدى صغار الإناث كما يزيد من الشعور بتدني تقدير الذات لدى صغار الذكور، وأن قضاء مزيد من الوقت في استخدام هذه الشبكات مع زيادة عدد الأصدقاء والمتابعين قد يؤثر سلبيًا على العادات الغذائية بما ينعكس سلبيًا على تقدير المستخدمين لذواتهم؛ الأمر الذي يتطلب مزيدًا من التدخل واستخدام الأدوات التعليمية لمنع التأثيرات السلبية لشبكات التواصل.

التعليق على الدراسات السابقة

١- أكدت كل الدراسات السابقة التي تم استعراضها ارتباط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بعدم الرضا عن صورة الجسد، واستيعاب صورة الجسد المثالي النحيف، كما توسطت المقارنات الاجتماعية العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعدم الرضا عن صورة الجسد، ما عدا دراسة واحدة هي دراسة (Hendrickse Joshua 2016) التي أثبتت عدم وجود علاقة مباشرة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والقلق بشأن صورة الجسد وهو ما يعد نتيجة مختلفة عما أثبتته كل نتائج الدراسات السابقة.

٢- أثبتت الدراسات السابقة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشجيع المقارنة الاجتماعية بين المستخدمين وبعضهم البعض، وأن المقارنات الاجتماعية تزيد من المشاعر السلبية نحو الجسم، وأن المستخدمين يحرصون على تعديل مظهرهم ليأخذوا صوراً مثل أقرانهم على مواقع التواصل الاجتماعي، كما انتهت الدراسات السابقة أيضاً إلى أن المقارنة الاجتماعية تعد نشاطاً مستمراً للمراهقات والفتيات الصغيرات في السن.

٣- أثبتت الدراسات السابقة أن الاستخدام المرتفع للإنستجرام على وجه الخصوص يؤثر سلبياً على تصور المرأة لشكل جسدها مما يجعلها تشعر بحالة من عدم الرضا الجسدي على نحو يصيبها بعديد من الاضطرابات النفسية وأشارت النتائج إلى التأثير الضار المحتمل لاستخدام الإنستجرام على ما تشعر به النساء تجاه أجسادهن. وأن استخدام الإنستجرام يؤثر سلبياً على تقدير الذات وصورة الجسد، حيث ثبت أنه كلما ارتفعت مشاهدة المبحوثات لصورة الجسد المثالي النحيف على الإنستجرام انخفض شعورهن بتقدير الذات والعكس صحيح.

٤- أوضحت نتائج الدراسات السابقة أن المبحوثات الإناث ممن يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لديهم شعور أعلى بصورة الجسد السلبية مقارنة بالذكور الذين لديهم شعور جيد نحو أجسادهم. كما انتهت الدراسات السابقة أيضاً إلى أن الإناث يقضين وقتاً أطول من الذكور في الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي. مما يؤثر على عدم رضاهن عن مظهرهن وأن تأثيرات هذا الاستخدام تزداد كلما ارتفعت مدة الاستخدام اليومي عن ساعتين.

٥- ركزت غالبية الدراسات والبحوث السابقة على العلاقة بين صورة الجسد واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقات والفتيات في سن الجامعة مع ندرة البحوث المتعلقة بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صورة الجسد للنساء في منتصف العمر والنساء الأكبر سناً لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذا الاستخدام على شعورهن نحو أجسادهن ومدي التقدير لذواتهن.

٦- انتهت الدراسات السابقة أيضاً إلى أن الإناث من صغار السن لديهن شعور أعلى بعدم الرضا عن صورة الجسد وتدني تقدير الذات مقارنة بالإناث الأكبر سناً. حيث إنه كلما صغر العمر زاد الإحساس بعدم الرضا عن صورة الجسد والعكس صحيح.

٧- أكدت الدراسات السابقة في معظمها الارتباط السلبي بين تقدير الذات والاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث ينخفض تقدير الذات لدى الأفراد بارتفاع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة للمقارنات الاجتماعية التي يعقدونها مع أقرانهم من الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي. وكلما كانت المقارنات الاجتماعية تصاعدية ارتفعت التأثيرات السلبية لها، مما يعني أن الأفراد ذو الاستخدام المرتفع لشبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستويات منخفضة من تقدير الذات.

٨- أثبتت الدراسات أن تقدير الذات لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كان لدى الرجال أعلى مقارنة بالنساء، حيث إن الرجال يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كعادة في حياتهم اليومية، في حين تفضل النساء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الدعم والمساندة مما يجعل نمط استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إلى حد ما في مستوى تقديرهن لذاتهن. نتيجة للإعجابات والتعليقات التي يتلقيهن على منشوراتها وأن ردود فعل أقرانهن ومشاركاتهن عبر وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على مستوى تقديرهن لأنفسهن.

مشكلة الدراسة

كشف الباحثون أن المقارنات الاجتماعية الناتجة عن وسائل التواصل الاجتماعي قد تكون حافزاً لبعض النساء لإجراء جراحات تجميلية لتحسين مظهرهن الخارجي، وذلك في محاولة لمحاكاة المشاهير وعارضات الأزياء، فقد أفادت الأكاديمية الأمريكية لجراحة الوجه (إفرس) بأن الاستخدام الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي قد يكون ذا صلة بزيادة طلبات الجراحة التجميلية، إذ أبلغ الجراحون عن زيادة بنسبة (٣١%) في الجراحة التجميلية بسبب الرغبة في الظهور بشكل أفضل في حساباتهن الشخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية.(٦٨)

ولهذا أصبحت الحاجة ملحة وبالغة لدراسة العلاقات المحتملة سواء السلبية أو الإيجابية بين استخدام المرأة لوسائل التواصل الاجتماعي ومدى اهتمامها بصورة جسدها ومقدار تقديرها لذاتها. **وفي ضوء ذلك تحدد مشكلة الدراسة في الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل المرأة لصورتها نحو جسدها ومدى تقديرها**

لذاتها، في ظل المقارنات الاجتماعية التي تجريها مع قريناتها من النساء الأخريات على شبكات التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة

١- قلة الدراسات العربية التي تناولت مفهوم صورة الجسد ومفهوم تقدير الذات على مواقع التواصل الاجتماعي كما سبق وأن بينا عند عرضنا للدراسات السابقة، في ظل كثرة انتشار هذين المفهومين في الدراسات الأجنبية التي ركزت عليهما ودرستهما بشكل مستفيض.

٢- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية سلامة الصحة النفسية للمرأة، حيث تمثل المرأة نصف المجتمع، ومن ثم لا يجب اختزال قيمة المرأة في جانب واحد فقط وهو المظهر وتهميش الجوانب الأخرى الأكثر أهمية، حيث نلاحظ في الفترة الأخيرة الاهتمام الشديد بالمظهر، وانتشار الهوس بالأنظمة الغذائية والإقبال القوي على شراء أحدث منتجات التجميل، والعناية بالمظهر وزيادة الطلب على عيادات التجميل والتساهل في اللجوء للجراحات التجميلية دون الحاجة الفعلية لها والاستهانة بمخاطرها.

٣- تعد هذه الدراسة من الدراسات البينية التي تجمع بين تخصصي الإعلام وعلم النفس حيث تتناول وسيلة مهمة من وسائل الإعلام وهي مواقع التواصل الاجتماعي التي بات يتعاظم دورها الآن في المجتمعات، مع دراسة مفهومين من مفاهيم علم النفس الاجتماعي وهما مفهوم صورة الجسد ومفهوم تقدير الذات.

٤- ترجع أهمية هذه الدراسة إلى تطبيقها لنظرية من نظريات علم النفس والتي لم تتطرق إليها كثير من الدراسات الإعلامية وهي نظرية المقارنة الاجتماعية، حيث تعد هذه النظرية من النظريات التي تركز على فكرة المقارنة التي يجريها الفرد بينه وبين الآخرين من أجل تقييم نفسه، وهو ما يؤثر على السلامة الذاتية لأفراد المجتمع.

٥- توفر هذه الدراسة عبر النتائج التي ستتوصل إليها معلومات مفيدة للمختصين في الإرشاد النفسي والتربوي، حول الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على المرأة، مما يجعل هؤلاء المختصين يعدون برامج لتعزيز الرضا عن صورة الجسد و تقدير الذات، والتحصين النفسي من مغريات تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي حتى يكون لدى المرأة مناعة نفسية ضد مغرياتها مستقبلاً.

أهداف الدراسة وفروضها

هناك مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة لتحقيقها:

١- الكشف عن العلاقة بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

٢- الكشف عن العلاقة بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك – إنستجرام – تيك توك – سناب شات – يوتيوب) التي تستخدمها المرأة المصرية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

٣- الكشف عن العلاقة بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

٤- الكشف عن العلاقة بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

٥- الكشف عن العلاقة بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى رضاها عن صورة جسدها.

٦- الكشف عن العلاقة بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى تقديرها لذاتها.

٧- الكشف عن العلاقة بين رضا المرأة المصرية عن صورة جسدها ومدى تقديرها لذاتها.

٨- الكشف عن العلاقة بين مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

٩- الكشف عن العلاقة بين مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

١٠- الكشف عن العلاقة بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

١١- الكشف عن العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية (التعليم – الحالة الاجتماعية – السن – المستوى الاقتصادي والاجتماعي – المظهر- والعمل) ومدى رضاها عن صورة جسدها.

١٢- الكشف عن العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية (التعليم – الحالة الاجتماعية – السن – المستوى الاقتصادي والاجتماعي – والمظهر - والعمل) ومدى تقديرها لذاتها.

كما تسعى الدراسة لاختبار هذه الفروض :

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك – إنستجرام – تيك توك – سناب شات – يوتيوب) التي تستخدمها المرأة المصرية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى رضاها عن صورة جسدها.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى تقديرها لذاتها.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رضا المرأة المصرية عن صورة جسدها ومدى تقديرها لذاتها.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

الفرض العاشر: توجد علاقة ارتباطية ذات إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

الفرض الحادي عشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية (التعليم – الحالة الاجتماعية – السن – المستوى الاقتصادي والاجتماعي – المظهر– والعمل) ومدى رضاها عن صورة جسدها

الفرض الثاني عشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية (التعليم – الحالة الاجتماعية – السن – المستوى الاقتصادي والاجتماعي – والمظهر – والعمل) ومدى تقديرها لذاتها.

الإطار النظري للدراسة

نظرية المقارنة الاجتماعية Social Comparison theory

ظهرت هذه النظرية عندما أشار عالم النفس الاجتماعي ليوفيستجر Festinger عام ١٩٥٤ إلى أن الناس يحددون قيمتهم الشخصية والاجتماعية مقارنة بالآخرين، ومن ثم يقيمون أنفسهم والآخرين باستمرار في جوانب متعددة مثل (الجاذبية، الثروة، الذكاء، النجاح، . . . إلخ) ليؤسسوا هويتهم بناء على ذلك، أو ليحاولوا تحسين ذواتهم، وعادة ما تكون المقارنة مع شخص مشابه لهم على مستوى ما، وعادة ما يكون لديهم خاصية رئيسية

واحدة على الأقل مشتركة بينهم (العمر والجنس والمهنة والمظهر) ويفترض البعض أن سبب اختيار شخص لديه سمات مشتركه هو انه يعزز التقييم الذاتي. (٦٩)

إذ تفترض النظرية أن الناس ينخرطون في مقارنة مع الآخرين لتلبية حاجة إنسانية للتقييم الذاتي، حيث أنه في غياب المعايير الموضوعية وغير الاجتماعية، تعد هذه المقارنات هي الأحكام المعرفية التي يتخذها الناس حول سمات هم ضد الآخرين الذين يعدون أهدافاً مثالية للتقييم. (٧٠)

وثمة نوعان من المقارنة الاجتماعية، مقارنة اجتماعية صاعدة، ومقارنة اجتماعية هابطة، وتحدث المقارنة التصاعدية عندما يقارن الأفراد أنفسهم مع آخرين أفضل منهم ويجدون بأنفسهم بعض النواقص على سبيل المثال أكثر جاذبيه، أكثر ذكاء، وأكثر دعابة، وفي بعض الأحيان تجعل المقارنة التصاعدية الفرد يشعر بانخفاض الثقة بالنفس وتدني تقدير الذات وإحساسه بمشاعر سلبية. بينما تحدث المقارنة الهابطة عندما يقارن الأفراد أنفسهم مع من هم أقل منهم، على سبيل المثال، أقل جاذبية، أقل ذكاء، أقل دعابة، وما إلى ذلك، وتؤدي المقارنة الهابطة إلى زيادة الثقة بالنفس وارتفاع تقدير الذات، وامتلاك مشاعر إيجابية، ومن ثم فإن المقارنة الاجتماعية يمكن أن تخلق مشاعر سلبيه وإيجابية لدى الأفراد. (٧١)

وكان (Botta, 1999) من أوائل من استخدم نظرية المقارنة الاجتماعية لقياس صورة الجسد، ووجد Botta أن الفتيات اللاتي قارن أنفسهن بأجساد الشخصيات التلفزيونية كن أكثر عرضة لأمراض اضطراب صورة الجسد لأن أجسادهن لا تماثل أجساد المشاهير، بالإضافة إلى أن الفتيات التي ظهر عليهن اضطرابات صورة الجسد كن الأكثر عرضة للانخراط في السلوكيات غير الصحية بحثاً عن الجسد المثالي. (٧٢)

وهكذا توفر نظريه المقارنة الاجتماعية رابطاً منطقياً قوياً للعلاقة بين الاتجاهات والسلوك. هذا الرابط هو ما يبرر قيام الأفراد ببعض السلوكيات مثل فقدان الشهية أو إتباع نظام غذائي قاس (ريجيم) من أجل تخفيض أوزانهم والوصول إلى الصورة التلفزيونية. (٧٣)

وقد قام الباحث باختيار نظرية المقارنة الاجتماعية كإطار نظري له في هذه الدراسة لسببين أولهما أن معظم الدراسات السابقة التي قام الباحث باستعراضها قد استخدمت هذه النظرية، ثانيهما لأنها تقدم تفسيراً منطقياً لسلوك المقارنة الذي تجريه المرأة مع أقرانها على مواقع التواصل الاجتماعي أو مع المشاهير وعارضات الأزياء لصورة جسدها، ومدى تأثير هذه المقارنة في رضاها أو استيائها من صورة جسدها، ولهذا قام الباحث باستخدام مقياس للمقارنة الاجتماعية تم وضعه في استمارة الاستبيان لتوزيعه على المبحوثات من عينة الدراسة من أجل الكشف عن تأثير سلوك المقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي في صورة المرأة نحو جسدها ومدى تقديرها لذاتها.

الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وعلاقاتها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة بل تتعداه لتحليل العلاقات المتبادلة فيها، والظاهرة التي تستهدف الدراسة هنا وصفها هي تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة المرأة نحو جسدها ومدى تقديرها لذاتها في ضوء نظرية المقارنة الاجتماعية.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك عن طريق مسح عينة من المرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي ميدانياً، وذلك للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على صورتها نحو جسدها ومدى تقديرها لذاتها.

عينة الدراسة

قام الباحث باختيار عينة عمدية بأسلوب كرة الثلج من المرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي بلغت ٥٠٠ مفردة، وقام الباحث أثناء اختياره ل عينة الدراسة بالتنويع في الاختيار بين المراحل العمرية، والمستويات التعليمية المختلفة، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، واشترط الباحث في اختيار من يقوم بملء الاستمارة من المبحوثات أن تكون مستخدمة لأكثر من شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي حتى يتسنى للباحث المقارنة بين المواقع المختلفة ودورها في تشكيل صورة الجسد وتقدير الذات. والجدول التالي يبين خصائص عينة الدراسة كما اختارها الباحث:

جدول رقم (١)

يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		ك	%	ن	%
التعليم	متوسط	24	4. 8	500	100. 0
	فوق متوسط	19	3. 8		
	جامعي	407	81. 4		
	فوق جامعي	50	10. 0		
الحالة الاجتماعية	أنسة	222	44. 4	500	100. 0
	متزوجة	197	39. 4		
	مطلقة	40	8		
	أرملة	41	8. 2		
العمر	أقل من ٣٠ عامًا	227	45. 4	500	100. 0
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عامًا	91	18. 2		
	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ عامًا	125	25		
	٥٠ عامًا فأكثر	57	11. 4		
المنطقة السكنية	شعبية	58	11. 6	500	100. 0
	متوسطة	329	65. 8		
	راقية	113	22. 6		
المظهر	محجبة	382	76. 4	500	100. 0
	غير محجبة	118	23. 6		
الدخل	أقل من ٣٠٠٠ جنيه	92	18. 4	500	100. 0
	من ٣٠٠٠ إلي أقل من ٦٠٠٠جنيه	165	33. 0		
	من ٦٠٠٠ إلي أقل من ٩٠٠٠جنيه	140	28. 0		
	٩٠٠٠ جنيه فأكثر	103	20. 6		
العمل	تعمل	161	32. 2	500	100. 0
	لا تعمل	339	67. 8		
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	38	7. 6	500	100. 0
	متوسط	319	63. 8		
	مرتفع	143	28. 6		

أدوات جمع البيانات

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان لتطبيقها على المرأة المصرية عينة الدراسة، وتكونت استمارة البحث مجموعة من الأسئلة تمثلت في: التعرف على نوع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المرأة المصرية، ومعدل الوقت الذي تقضيه في استخدامها، واستخدامها فلاتر (Filters) تحسين الصورة الشخصية.

هذا بالإضافة إلى مجموعة من الأسئلة التي تضمنت بياناتها الديموغرافية مثل التعليم، والحالة الاجتماعية، والسن، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي، والمظهر. كما استعان الباحث بثلاثة مقاييس جاهزة تم تحكيمها وعمل صدق وثبات لها. وهي مقياس

صورة الجسد، ومقياس تقدير الذات، ومقياس المقارنة الاجتماعية. ويمكن التعريف بهذه المقاييس على النحو التالي:

١- مقياس صورة الجسد Body Image Scale

وهو مقياس أعدته الدكتورة سمية محمد صابر عن صورة الجسد ويتكون من ٢٧ عبارة تم وضعها على مقياس ليكرت، ويجيب الفرد عن كل عبارة بإجابة واحدة من بين ثلاثة خيارات (نعم، أحياناً، لا) مع تخصيص التقديرات (٣، ٢، ١) للاستجابة على العبارات الإيجابية التي تحمل أرقام (١، ٢، ٧، ١٠، ١١، ١٦، ٢٢، ٢٤، ٢٥، ٢٧) أما العبارات السلبية التي تحمل أرقام (٣، ٤، ٥، ٦، ٨، ٩، ١٢، ١٣، ١٤، ١٥، ١٧، ١٨، ١٩، ٢٠، ٢١، ٢٣، ٢٦). فتم تصحيحها في الاتجاه العكسي للتقديرات السابقة (١، ٢، ٣) ويستخدم الجمع الجبري في حساب الدرجة الكلية التي يحصل عليها الفرد على المقياس، وبالتالي تتراوح الدرجة الكلية على المقياس بين (٢٧-٨١) والدرجة المرتفعة تشير إلى مدى رضا الفرد عن صورة جسده والعكس صحيح. (٧٤)

٢- مقياس تقدير الذات Self Esteem Scale

وهو مقياس أعده العالم روزنبرج Rosenberg عن تقدير الذات ويتكون من عشر عبارات، والمقياس من نوع مقياس ليكرت، ويجيب الفرد عن كل عبارة بإجابة واحدة من بين خمسة اختيارات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) مع تخصيص التقديرات (٥، ٤، ٣، ٢، ١) للاستجابة على الجمل الإيجابية التي تحمل أرقام (١، ٣، ٤، ٧، ١٠) أما العبارات السلبية التي تحمل أرقام (٢، ٥، ٦، ٨، ٩) فيتم تصحيحها في الاتجاه العكسي للتقديرات السابقة (١، ٢، ٣، ٤، ٥) ويستخدم الجمع الجبري في حساب الدرجة الكلية التي يحصل عليها الفرد على المقياس، وبالتالي تتراوح الدرجة الكلية على المقياس من (١٠–٥٠ درجة)، والدرجة المرتفعة تشير إلى تقدير مرتفع للذات والعكس صحيح. (٧٥)

٣- مقياس المقارنة الاجتماعية Social Comparison Scale

وهو مقياس أعدته سارة فيصل عن المقارنات الاجتماعية على موقع التواصل الاجتماعي ويتكون من عشر عبارات، والمقياس من نوع مقياس ليكرت ويجيب الفرد عن كل عبارة بإجابة واحدة من بين خمسة اختيارات (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) مع تخصيص التقديرات (٥، ٤، ٣، ٢، ١) للاستجابة على العبارات السلبية التي يتكون منها المقياس حيث إن جميع عبارات المقياس سلبية.

ويستخدم الجمع الجبري في حساب الدرجة الكلية التي يحصل عليها الفرد على المقياس، وبالتالي تتراوح الدرجة الكلية على المقياس من (١٠-١٠٠) والدرجة المرتفعة تشير إلى ارتفاع المقارنة الاجتماعية التي يجريها الفرد مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي والعكس صحيح حيث تشير الدرجة المنخفضة على المقياس إلى عدم قيام الفرد بإجراء مقارنة اجتماعية بينه وبين الآخرين.

وقد قام الباحث بإدخال بعض التعديلات اللفظية على مقياس المقارنة الاجتماعية الذي أعدته سارة فيصل، مع إضافة عبارتين من إعداد الباحث هما العبارة رقم (٩) و (١٠) وذلك حتى يتناسب المقياس مع موضوع دراسته. (٧٦)

وبعد الانتهاء من إعداد الاستمارة قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين للتأكد من تحقيقها لأهداف الدراسة. (٧٧) وقد تم توزيع الاستمارة على المبحوثات من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة من ٢٠٢٢/١٢/١٠ حتى ٢٠٢٣/١/١٠ .

مصطلحات الدراسة

١- صورة الجسد Body Image

صورة الجسد ليست هي نفسها الجسد ولكنها الطريقة التي يمثل بها العقل الجسد ذهنياً، وتعتبر صورة الجسد هي أحد العناصر المهمة المكونة لمفهوم الذات وتلعب دوراً مركزيا في عملية التوافق النفسي والاجتماعي للفرد، كما أنها قد تتأثر بتغير شكل الجسد مع تقدم مراحل العمر و حوادث الحياة كالحمل والشيخوخة والتشوهات. (٧٨)

وتعرف صورة الجسد بأنها الصورة العقلية والذهنية التي يكونها الفرد عن جسده بأعضائه المختلفة وقدرته على توظيف هذه الأعضاء وإثبات كفاءتها وما يصاحب ذلك من اتجاهات ومشاعر إيجابية أو سلبية عن تلك الصورة الذهنية للجسد. (٧٩)

ويعرف Cash & Hicks صورة الجسد بأنها "صورة ذهنية عقلية يكونها الفرد عن جسمه سواء في مظهره الخارجي أو مكوناته الداخلية وأعضاءئه المختلفة وما قد يصاحب ذلك من مشاعر واتجاهات موجبة أو سالبة عن تلك الصورة الذهنية للجسم" (٨٠)

ويعرفها جابر عبد الحميد وعلاء كفافي على أنها صورة ذهنية نكونها عن أجسامنا ككل بما فيها الخصائص الفيزيقية والخصائص الوظيفية واتجاهاتنا نحو هذه الخصائص، وأن هذه الصورة للجسم تنبع لدينا من مصادر شعورية ومصادر لا شعورية وتمثل مكوناً أساسياً في مفهومنا عن ذواتنا (٨١)

ويعرف الباحث صورة الجسد إجرائياً بأنها الدرجة التي تحصل عليها المبحوثة على مقياس صورة الجسد المستخدم في هذه الدراسة (مقياس سامية محمد صابر لصورة الجسد، ٢٠٠٨).

ويتضمن مفهوم صورة الجسد ثلاثة أبعاد رئيسية :

أ- **البعد المعرفي**: ويشمل هذا البُعد مفهوم الإنسان عن هيئته الجسدية من خلال أفكاره ومعتقداته الذهنية من حيث المظهر والطول والتناسق وشكل ملامحه.

ب- **البعد الوجداني:** يشمل هذا البُعد مشاعر الفرد واتجاهاته النفسية عن جسده سواء بالقبول والرضا أو بالرفض وعدم الرضا.

ج- **البعد السلوكي:** يشمل هذا البُعد الإجراءات السلوكية التي يتخذها الفرد نتيجة قناعاته الشخصية وإدراكه حول جسده أو من خلال نظرة الآخرين عنه وأدائهم فتنعكس على أدائه وقراراته. (٨٢)

٢- تقدير الذات Self Esteem.

تعد الذات حجر الزاوية في شخصية الفرد، فتكاملها وتوازنها ومرونتها تصبغ على الفرد نمطاً لشخصيته التي تميزه عن الآخرين، ويعتبر تقدير الذات من أهم المفاهيم المتعلقة بشخصية الإنسان، ويعد أحد الأبعاد المهمة للشخصية فلا يمكن أن نحقق فهماً واضحاً للشخصية أو السلوك الإنساني بشكل عام دون أن تشمل مفهوم تقدير الذات. (٨٣)

وقد عرف كوبر سميث Copper Smith تقدير الذات بأنه "تقييم يضعه الفرد لنفسه وبنفسه ويعمل على الحفاظ عليه ويتضمن تقدير الذات نظرة واتجاهات الفرد الإيجابية أو السلبية نحو ذاته. (٨٤)

ويعرف روزنبرج Rosenberg تقدير الذات بأنه "التقييم الذي يقوم به الفرد، ويحتفظ به عادة بالنسبة لذاته وهو يعبر عن اتجاه الاستحسان أو الرفض ويوضح أن تقدير الذات العادي يدل على أن الفرد ذو كفاءة أو ذو قيمه ويحترم ذاته، أما تقدير الذات المنخفض فيشير إلى رفض الذات وعدم الاقتناع بها. (٨٥)

ويعتبره نبيل محمد "حكم يتبناه الشخص على نفسه، وأسلوب شخصي للحكم على ذات الشخص في مواقف حياتيه عادية، حيث يتقبل الشخص هذا الحكم دون إعراض أو تظلم لأنه نابع من إحساساته، ويرضى بهذا الحكم ويحاول أن يتباهى بذاته إذا كان هناك نوع من النجاح، ويحجب نفسه عن الآخرين إذا كان حكمه بالفشل على ذاته، فهو عملية تقييم ذاتي تظهر في المواقف الحياتية. (٨٦)

ويعرف الباحث تقدير الذات إجرائياً بأنه الدرجة التي تحصل عليها المبحوثة على مقياس تقدير الذات المستخدم في هذه الدراسة (مقياس روزنبرج Rosenberg لتقدير الذات).

وهناك ثلاث مستويات حددها العلماء لتقدير الذات وهي: (٨٧)

١- ذوو تقدير الذات المرتفع.

وهؤلاء يعتبرون أنفسهم أفراداً ذوي درجة عالية من الأهمية، ولهم مكانتهم الاجتماعية بين الآخرين، ويتمتعون بالتحدي والقدرة على تحمل الشدائد والصعاب ويستحقون الاحترام والتقدير، ويمتازون بتقبل النقد البناء الموجه إليهم ويشعر أنهم أكفاء ومؤهلون في إنجاز المهمات. وينظرون لأنفسهم بشكل إيجابي ويصدرون تعليقات وعبارات تدل على محبتهم لأنفسهم، وتدل على وصف أنفسهم بأنهم ذوو فائدة وقيمة ويرون أنفسهم محبوبون.

٢- ذوو تقدير الذات المتدني.

وهم الأفراد الذين يعتبرون أنفسهم غير مهمين وليس لهم احترام وتقدير وغير مرغوبين من الآخرين ويشعرون بالعجز عن القيام بالكثير من الأعمال التي يقوم بها الآخرون، وأن الآخرين هم أفضل منهم مكانة ويمتلكون صفات أفضل منهم.

٣- ذوو تقدير الذات المتوسط.

وهؤلاء يقعون في المستوى الثاني بين النوعين السابقين والشخص ذو التقدير المتوسط للذات لا يبالغ في تعظيم ذاته لدرجة أن يصبح شخصاً مغروراً ولا يحط من قيمته ولا يبخسها لدرجة احتقارها وأهانتها، إنما هو شخص مستوى طموحه يتماشى مع إمكانياته وقدراته وهدفه في الحياة تحقيق التوافق النفسي، وكسب محبة الآخرين واحترامهم وبالتالي يحاول الاستفادة والتعلم من تجاربه السابقة من أجل مواجهة مصاعب الحياة بكل إرادة وعزم.

نتائج الدراسة

جدول رقم (٢)

يوضح مدى استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي

النتائج / مدى الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نادرا	7	1. 4	2. 822	4179 .
أحيانا	75	15. 0		
دائما	418	83. 6		
الإجمالي	500	100. 0		

من قراءة الجدول رقم (٢) يتضح ارتفاع استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، حيث جاءت فئة من يستخدمنها بشكل دائم بنسبة (٨٣. ٦ %)، ثم في المرتبة الثانية فئة أحياناً بنسبة (١٥ %) أما فئة نادراً فقد جاءت بنسبة ضئيلة (١. ٤ %) فقط أي سبع مبحوثات أجبن بأنهم نادراً ما يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٣)

يوضح أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المرأة المصرية

النتائج / أنواع مواقع التواصل الاجتماعي	درجة الاستخدام						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		أحيانا		لا					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الفيس بوك.	390	78.0	87	17.4	23	4.6	500	100.0	2. 734	. 5365
التيك توك.	117	23.4	167	33.4	216	43.2	500	100.0	1. 802	. 7925
إنستجرام.	264	52.8	166	33.2	70	14.0	500	100.0	2. 388	. 7201
سناب شات.	99	19.8	188	37.6	213	42.6	500	100.0	1. 772	. 7571
يوتيوب.	192	38.4	234	46.8	74	14.8	500	100.0	2. 236	6908 .

يتبين من قراءة الجدول رقم (٣) أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من جانب المرأة المصرية هو موقع الفيسبوك بمتوسط حسابي (٢. ٧٣٤)، يليه في المرتبة الثانية موقع الإنستجرام بمتوسط حسابي (٢. ٣٨٨)، ثم في المرتبة الثالثة موقع اليوتيوب بمتوسط حسابي (٢. ٢٣٦)، وفي المرتبة الرابعة موقع التيك توك بمتوسط حسابي (١. ٨٠٢)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة موقع سناب شات بمتوسط حسابي (١. ٧٧٢). وتعكس هذه النتيجة بشكل عام تنوع استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعدد في استخدامها بين أكثر من نوع من مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٤)

يوضح عدد ساعات استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي

النتائج / عدد ساعات الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من ساعة	34	6. 8	2. 912	9665 .
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	155	31. 0		
من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	132	26. 4		
خمس ساعات فأكثر	179	35. 8		
الإجمالي	500	100. 0		

وفيما يتعلق بعدد ساعات استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي يتبين من قراءة الجدول السابق أن (٣٥. ٨ %) من النساء المصريات من عينة البحث يستخدمنها لفترة تزيد لأكثر من خمس ساعات وهي مدة طويلة تعكس كثافة عالية في استخدامهمن لهذه المواقع، وفي المرتبة الثانية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة (٣١ %)، وفي

المرتبة الثالثة من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات بنسبة (٢٦. ٤%) وفي المرتبة الرابعة والأخيرة أقل من ساعة بنسبة (٦. ٨ %).

جدول رقم (٥)

يوضح مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية

النتائج / مدى استخدام المرأة لفلاتر تحسين الصورة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا أفعل ذلك	93	18. 6	2. 130	6972 .
أحيانا أفعل ذلك	249	49. 8		
دائما أفعل ذلك	158	31. 6		
الإجمالي	500	100. 0		

يتضح من قراءة الجدول رقم (٥) ارتفاع استخدام المرأة المصرية لفلاتر (Filters) تحسين الصورة الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أكد (٤٩. ٨ %) من النساء المصريات عينة البحث أنهن يستخدمن فلاتر تحسين الصورة الشخصية "أحياناً"، وأكد (٣١. ٦%) أنهن يستخدمنها "دائماً"، في حين أكد (١٨. ٦ %) أنهن "لا" يستخدمنها مطلقاً.

جدول رقم (٦)

مقياس صورة الجسد

النتائج / مقياس صورة الجسد	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
صورة سلبية	14	2. 8	7100 .	51227 .
صورة محايدة	117	23. 4		
صورة إيجابية	369	73. 8		
الإجمالي	500	100. 0		

يتبين من قراءة الجدول السابق والذي يتناول مقياس صورة الجسد الخاص بالمرأة المصرية من عينة البحث أن (٧٣. ٨ %) منهن لديهن صورة إيجابية عن أجسادهن، في حين أن (٢٣. ٤%) لديهن صورة محايدة عن أجسادهن، أما بالنسبة للصورة السلبية عن الجسد فقد عبر (٢. ٨%) من عينة البحث أنهن يحملن صورة سلبية عن أجسادهن.

والجدول التالي يوضح ذلك تفصيلاً حيث يتناول العبارات الخاصة بمقياس صورة الجسد واستجابات المرأة من عينة البحث تجاهها:

جدول رقم (٧)

يوضح عبارات مقياس صورة الجسد واستجابات المرأة نحوها

النتائج / عبارات مقياس صورة الجسد	الإجابة						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	نعم		أحيانا		لا					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أتمتع بصحة جيدة.	284	56. 8	194	38. 8	22	4. 4	500	100. 0	2. 524	. 5815
جسمي وهيئتي حسنة.	410	82. 0	78	15. 6	12	2. 4	500	100. 0	2. 796	. 4591
تؤثر فيَّ تعليقات زملائي السلبية على جسمي.	75	15. 0	147	29. 4	278	55. 6	500	100. 0	1. 594	. 7364
يشغلني كثيراً شكلي وجسمي.	219	43. 8	188	37. 6	93	18. 6	500	100. 0	2. 252	. 7494
أشعر بأنني بدينة وأحاول تخفيف وزني.	103	20. 6	116	23. 2	281	56. 2	500	100. 0	1. 644	. 8016
أشعر بالاكتئاب بسبب هيئتي وجسمي.	36	7. 2	106	21. 2	358	71. 6	500	100. 0	1. 356	. 6116
يعجبني جسمي وهيئتي كما يبدوان في المرآة.	330	66. 0	127	25. 4	43	8. 6	500	100. 0	2. 574	. 6460
تضايقني تعليقات أسرتي السلبية على جسمي وشكلي.	61	12. 2	146	29. 2	293	58. 6	500	100. 0	1. 536	. 7026
أشعر بالقلق والتوتر عندما ينظر إليَّ الآخرون.	107	21. 4	196	39. 2	197	39. 4	500	100. 0	1. 820	. 7594
تؤدي أعضاء جسمي وظائفها بكفاءة.	321	64. 2	150	30. 0	29	5. 8	500	100. 0	2. 584	. 5997
يرى الأشخاص الآخرون أن جسمي متناسق.	340	68. 0	140	28. 0	20	4. 0	500	100. 0	2. 640	. 5577
أشعر بالنقص لعيب في جسمي وهيئتي.	32	6. 4	74	14. 8	394	78. 8	500	100. 0	1. 276	. 5731
أتمنى لو كانت هيئتي وجسمي كالممثلات أو عارضات الأزياء أو الرياضيات.	111	22. 2	148	29. 6	241	48. 2	500	100. 0	1. 740	. 7985
يقلقني كثيراً تعليقات أصدقائي السلبية على جسمي وهيئتي .	41	8. 2	93	18. 6	366	73. 2	500	100. 0	1. 350	. 6263

أشعر بأن الآخرين يسخرون من جسمي وهيئتي.	21	4. 2	67	13. 4	412	82. 4	500	100. 0	1. 218	. 5050
هيئتي الجيدة وجسمي المتناسق يساعداني على إقامة صداقات كثيرة.	126	25. 2	130	26. 0	244	48. 8	500	100. 0	1. 764	. 8281
أحس بالخجل من جسمي.	14	2. 8	61	12. 2	425	85. 0	500	100. 0	1. 178	. 4502
يشغلني كثيراً آراء الآخرين تجاه جسمي وشكلي.	49	9. 8	107	21. 4	344	68. 8	500	100. 0	1. 410	. 6624
أشعر بأن جسمي نحيف وأحاول زيادة وزني.	51	10. 2	71	14. 2	378	75. 6	500	100. 0	1. 346	. 6566
أتجنب الآخرين لأن جسمي وشكلي غير مقبولين.	3	0. 6	34	6. 8	463	92. 6	500	100. 0	1. 080	. 2929
أتمنى إجراء جراحة تجميل لتعديل عيوب في جسمي.	20	4. 0	52	10. 4	428	85. 6	500	100. 0	1. 184	. 4802
أسرتي تمدح جسمي وهيئتي.	200	40. 0	222	44. 4	78	15. 6	500	100. 0	2. 244	. 7053
أرى أن الآخرين أجسامهم أفضل مني.	60	12. 0	194	38. 8	246	49. 2	500	100. 0	1. 628	. 6889
أشعر بالرضا عن هيئتي وجسمي.	370	74. 0	106	21. 2	24	4. 8	500	100. 0	2. 692	. 5566
يشعرني جسمي بالثقة في نفسي.	323	64. 6	133	26. 6	44	8. 8	500	100. 0	2. 558	. 6508
كنت أتمنى أن تكون هيئتي وجسمي أفضل من الآن.	128	25. 6	141	28. 2	231	46. 2	500	100. 0	1. 794	. 8228
أشعر باهتمام الآخرين وتقديرهم لأن لي هيئة وجسماً جيدين.	112	22. 4	181	36. 2	207	41. 4	500	100. 0	1. 810	7766 .

فقد جاءت عبارة "جسمي وهيئتي حسنة" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٢. ٧٩٦) وجاءت في المرتبة الثانية عبارة "أشعر بالرضا عن هيئتي وجسمي" بمتوسط حسابي (٢. ٦٩٢)، وفي المرتبة الثالثة عبارة "يرى الأشخاص الآخرون أن جسمي متناسق" بمتوسط حسابي (٢. ٦٤٠)، وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت عبارة "أحس بالخجل من جسمي" بمتوسط حسابي (١. ١٧٨) وفي المرتبة الأخيرة عبارة "أتجنب الآخرين لأن جسمي وشكلي غير مقبولين" بمتوسط حسابي (١. ٠٨٠).

جدول رقم (٨)
يوضح مقياس المقارنة الاجتماعية

النتائج / مقياس المقارنة الاجتماعية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	343	68. 6	1. 4120	66267 .
المستوي المتوسط	108	21. 6		
المستوي المرتفع	49	9. 8		
الإجمالي	500	100. 0		

يتضح من قراءة الجدول رقم (٨) والخاص بمقياس المقارنة الاجتماعية أن (٩. ٨ %) من عينة البحث لديهن مستوى مرتفع من المقارنة الاجتماعية مع الآخرين من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن (٢١. ٦ %) لديهن مستوى متوسط من المقارنة الاجتماعية. وأخيراً تتمتع (٦٨. ٦%) من عينة البحث بمستوى منخفض من المقارنة الاجتماعية مع الأخريات من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

والجدول التالي يوضح ذلك تفصيلاً حيث يتناول العبارات الخاصة بمقياس المقارنة الاجتماعية واستجابات المرأة من عينة البحث تجاهها:

جدول رقم (٩) يوضح عبارات مقياس المقارنة الاجتماعية

النتائج / عبارات مقياس المقارنة الاجتماعية	درجة الموافقة (ن=٥٠٠)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أقارن جسدي ومظهري الشخصي بالنساء الأخريات من ذوي الجسد الجذاب على مواقع التواصل الاجتماعي.	34	6. 8	65	13. 0	141	28. 2	144	28. 8	116	23. 2	2. 514	1. 1767
دفعتني مواقع التواصل الاجتماعي لممارسة الرياضة حتى أبدو بمظهر جذاب.	49	9. 8	152	30. 4	146	29. 2	90	18. 0	63	12. 6	3. 068	1. 1739
أرغب في امتلاك جسد مثالي بسبب ما أتابعه على مواقع التواصل الاجتماعي.	50	10. 0	94	18. 8	122	24. 4	126	25. 2	108	21. 6	2. 704	1. 2726
مواقع التواصل الاجتماعي تشكل ضغطا علىّ كي أبدو نحيفة.	22	4. 4	38	7. 6	64	12. 8	179	35. 8	197	39. 4	2. 018	1. 1064
دفعتني مواقع التواصل الاجتماعي لفقدان وزني.	23	4. 6	49	9. 8	88	17. 6	160	32. 0	180	36. 0	2. 150	1. 1498
أود أن يشبه جسدي أجساد النساء الأخريات على حسابي الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي.	30	6. 0	53	10. 6	99	19. 8	148	29. 6	170	34. 0	2. 250	1. 2010

أقارن جسدي بنساء أخريات ذات أجساد نحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي.	26	5. 2	34	6. 8	81	16. 2	162	32. 4	197	39. 4	2. 060	1. 1380
أتمنى أن أبدو بمظهر جميل كعارضات الأزياء والفنانات والرياضيات على مواقع التواصل الاجتماعي.	60	12. 0	105	21. 0	127	25. 4	102	20. 4	106	21. 2	2. 822	1. 3091
إذا نظرت لصورة أجساد صديقاتي على مواقع التواصل الاجتماعي أشعر بقلة تقديري لذاتي.	15	3. 0	18	3. 6	47	9. 4	156	31. 2	264	52. 8	1. 728	. 9818
غالباً ما تكون مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة تذكير لي بأنني لست سعيدة مثل النساء الأخريات فيما يتعلق بمظهري.	26	5. 2	29	5. 8	80	16. 0	141	28. 2	224	44. 8	1. 984	1. 1447

حيث جاءت عبارة "دفعتني مواقع التواصل الاجتماعي لممارسة الرياضة حتى أبدو بشكل جذاب" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣. ٠٦٨) وفي المرتبة الثانية عبارة "أتمنى أن أبدو بمظهر جميل كعارضات الأزياء والفنانات والرياضيات على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (٢. ٨٢٢)، وفي المرتبة الثالثة عبارة "أرغب في امتلاك جسد مثالي بسبب ما أتابعه على مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي (٢. ٧٠٤) وفي المرتبة قبل الأخيرة عبارة "غالباً ما تكون مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة تذكير لي بأنني لست سعيدة مثل النساء الأخريات فيما يتعلق بمظهري" بمتوسط حسابي (١. ٩٨٤) وفي المرتبة الأخيرة عبارة "إذا نظرت لصورة أجساد صديقاتي على مواقع التواصل الاجتماعي" أشعر بقلة تقديري لذاتي بمتوسط حسابي (١. ٧٢٨).

جدول رقم (١٠)

يوضح مقياس تقدير الذات

النتائج / مقياس تقدير الذات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	15	3. 0	1. 4120	66267 .
المستوي المتوسط	93	18. 6		
المستوي المرتفع	392	78. 4		
الإجمالي	500	100. 0		

يتضح من قراءة الجدول رقم (١٠) والخاص بمقياس تقدير الذات لدى النساء من عينة البحث أن (٧٨. ٤ %) من النساء لديهن مستوى مرتفع لتقدير ذواتهن، وأن (١٨. ٦ %) لديهن مستوى متوسط من تقدير ذواتهن، في حين أن (٣ %) فقط لديهن مستوى منخفض لتقدير الذات.

والجدول التالي يوضح ذلك تفصيلاً حيث يتناول العبارات الخاصة بمقياس تقدير الذات واستجابات المرأة من عينة البحث تجاهها.

جدول رقم (١١)

يوضح عبارات مقياس تقدير الذات

النتائج / عبارات مقياس تقدير الذات	درجة الموافقة (ن=٥٠٠)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
بشكل عام أنا راضية عن نفسي.	282	56. 4	177	35. 4	34	6. 8	5	1. 0	2	0. 4	4. 464	. 7026
أحياناً أشعر بعدم فائدتي.	28	5. 6	72	14. 4	125	25. 0	142	28. 4	133	26. 6	2. 440	1. 1854
أعتقد أنني أمتلك العديد من الصفات الجيدة.	295	59. 0	164	32. 8	37	7. 4	1	0. 2	3	0. 6	4. 494	. 6949
أستطيع القيام بالأشياء التي يقوم بها الآخرون.	254	50. 8	166	33. 2	71	14. 2	7	1. 4	2	0. 4	4. 326	. 7981
أشعر بعدم وجود شيء يجعلني فخورة بنفسي.	23	4. 6	37	7. 4	93	18. 6	154	30. 8	193	38. 6	2. 086	1. 1301
بالتأكيد أشعر بعدم فائدتي أحياناً.	17	3. 4	52	10. 4	131	26. 2	122	24. 4	178	35. 6	2. 216	1. 1384
أشعر بأنني شخصية ذات قيمة أو على الأقل بشكل متساوي مع غيري.	260	52. 0	153	30. 6	71	14. 2	7	1. 4	9	1. 8	4. 296	. 8911
أتمنى أن أحمل لنفسي احتراماً أكبر.	242	48. 4	115	23. 0	68	13. 6	37	7. 4	38	7. 6	3. 972	1. 2659
بشكل عام أنا أميل إلى الشعور بأنني فاشلة.	11	2. 2	25	5. 0	110	22. 0	150	30. 0	204	40. 8	1. 978	1. 0137
لدي سلوك إيجابي تجاه نفسي.	286	57. 2	130	26. 0	63	12. 6	15	3. 0	6	1. 2	4. 350	8973 .

جاءت عبارة "أعتقد أنني أمتلك العديد من الصفات الجيدة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤. ٤٩٤) وفي المرتبة الثانية عبارة "بشكل عام أنا راضية عن نفسي"

بمتوسط حسابي (٤. ٤٦٤) وفي المرتبة الثالثة عبارة "لدي سلوك ايجابي تجاه نفسي" بمتوسط حسابي (٤. ٣٥٠). وفي المرتبة قبل الأخيرة عبارة "اشعر بعدم وجود شيء يجعلني فخورة بنفسي" بمتوسط حسابي (٢. ٠٨٦) وفي المرتبة الأخيرة عبارة "بشكل عام أنا أميل إلى الشعور بأنني فاشلة" بمتوسط حسابي (١. ٩٧٨).

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

جدول رقم (١٢)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها

		كثافة الاستخدام
درجة الرضا عن صورة الجسد	معامل الارتباط	-. 102
	مستوي الدلالة	. 022 دال
	العدد	500

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية عكسية بين كثافة استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (- ٠. ١٠٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٢٢). أي أنه كلما زادت كثافة استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي قل رضاها عن صورة جسدها والعكس صحيح.

وبناءً على ذلك يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة **Catherine L. Holf**[٨٨] التي انتهت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين فاعلية الوقت المنقضي في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكثافة الاستخدام وشعور المرأة بعدم الرضا عن صورة جسدها ومظهرها.

وتتفق هذه النتائج أيضا مع دراسة **Ryding Francesca (2021)** [٨٩] التي انتهت إلى أن الاستخدام السلبي المفرط لشبكات التواصل المركّز على المظهر له تأثير خاص على عدم الرضا عن صورة الجسم، مما يوضح أن استخدام شبكات التواصل يعد عامل خطر محتمل لأعراض اضطرابات تشوّه الجسم (BDD)

وكذلك مع دراسة **Salomon Ilyssa & Brown Christia** [٩٠] التي أكدت أن المستويات العالية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى مزيد من الشعور بالخجل الجسدي بين المبحوثين، وأن مراقبة الجسم تتوسط هذه العلاقة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، التيك توك، الإنستجرام، سناب شات، يوتيوب) التي تستخدمها المرأة المصرية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

جدول رقم (١٣)

يوضح علاقة الارتباط بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المرأة المصرية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية.

نوع مواقع التواصل الاجتماعي		المقارنة الاجتماعية
الفيس بوك	معامل الارتباط	050 .
	مستوي الدلالة	268 . غير دال
	العدد	500
التيك توك	معامل الارتباط	133 .
	مستوي الدلالة	003 . دال
	العدد	500
إنستجرام	معامل الارتباط	051 .
	مستوي الدلالة	258 . غير دال
	العدد	500
سناب شات	معامل الارتباط	056 .
	مستوي الدلالة	213 . غير دال
	العدد	500
يوتيوب	معامل الارتباط	102 .
	مستوي الدلالة	022 . دال
	العدد	500

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام موقع التيك توك ومدى استعداد المرأة للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على هذا الموقع. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠. ١٣٣) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٣) أي أنه كلما زادت كثافة استخدام المرأة لموقع التيك توك زاد استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على هذا الموقع.

كما اتضح أيضاً وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام موقع اليوتيوب ومدى استعداد المرأة للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على هذا الموقع. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠. ١٠٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠١٢) أي أنه كلما زادت كثافة استخدام المرأة لموقع اليوتيوب زاد استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على هذا الموقع.

بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المرأة للمواقع التالية (الفيس بوك، إنستجرام، سناب شات) ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

وبناءً على ذلك يثبت جزئياً صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، إنستجرام، تيك توك، سناب شات، يوتيوب) التي تستخدمها المرأة المصرية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة**Pop Lavinia Maria & et. al (2022)** [٩١] التي انتهت إلى أن حالة المستخدمين مرتبطة سلبًا باستخدام TikTok، حيث ذكر أكثر من ثلاثة أرباعهم أنهم مارسوا التمارين لفقدان الوزن أو منع زيادته بعد استخدامهم لتطبيق . TikTok مما يعني تأثير استخدام TikTokفي المقارنة الاجتماعية بين المستخدمين.

وإن كانت نتائج دراستنا تختلف مع **دراسة Fioravanti Giulia & et. al (2021)** [٩٢] التي انتهت إلى وجود علاقة ارتباط بين التعرض اليومي للصور الإيجابية للجسم على إنستجرام ومعدلات الشعور بالمزاج الإيجابي والشعور بالرضا عن الجسم، كما ثبت الارتباط بين التعرض اليومي لصور الجسد المثالية والشعور بالمزاج السلبي ومقارنة المظهر، حيث تعاني المستخدمات اللاتي يتعرضن يوميًا لمحتوى يروّج لصورة الجسد النحيفة والمثالية على إنستجرام من معدلات عالية من المزاج السلبي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي و مدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

جدول رقم (١٤)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع

		كثافة الاستخدام
المقارنة الاجتماعية	معامل الارتباط	127 .
	مستوي الدلالة	004 . دال
	العدد	500

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (١٢٧) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٠٤) أي أنه كلما زادت كثافة استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي زاد استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

وبناءً على ذلك يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

جدول رقم (١٥)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها

		كثافة الاستخدام
تقدير الذات	معامل الارتباط	.015
	مستوي الدلالة	.733 غير دال
	العدد	500

يتضح من قراءة الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠. ٠١٥) وهي غير دالة عند مستوى معنوية (٧٣٣).

وبناءً على ذلك لم يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة **Yousaf Anam & et. al (2021)** [٩٣] التي أكدت أن ارتفاع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يعد مؤشرًا على إدمانها، وبذلك يُصاب المستخدم بانخفاض تقدير الذات والشعور بالقلق والتوتر.

وتختلف أيضا مع دراسة **Demircioglu Zeynep & Kose Asli (2020)** [٩٤] التي انتهت إلى أن الإناث لديهن مستويات إدمان لشبكات التواصل أعلى من الذكور، كما ثبت أن الإناث اللاتي يعانين من انخفاض تقدير الذات يعانين مستويات إدمان عالية لشبكات التواصل بما يفوق الإناث اللاتي لديهن مستويات عالية من تقدير الذات.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى رضاها عن صورة جسدها.

جدول رقم (١٦)

يوضح العلاقة الارتباطية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى رضاها عن صورة جسدها

		المقارنة الاجتماعية
درجة الرضا عن صورة الجسد	معامل الارتباط	-.497
	مستوي الدلالة	.001 دال
	العدد	500

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية عكسية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى رضاها عن صورة جسدها. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (- ٠. ٤٩٧)

وهي دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) أي أنه كلما زاد استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات قل رضاها عن صورة جسدها.

وبناءً على ذلك يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات ومدى رضاها عن صورة جسدها.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة **Catherine L. Holf**[٩٥] التي أكدت وجود علاقة ارتباطية بين الشعور بعدم الرضا عن مظهر الجسد والاتجاه نحو مقارنة المظهر بالآخرين، حيث ارتفعت درجة الشعور بعدم الرضا عن الجسد لدى المرأة التي تحرص على مقارنة مظهرها بغيرها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وكذلك مع دراسة **Puglia Deanna R. (2017)** [٩٦] التي انتهت إلى أن الاتجاه نحو مقارنة الجسم مرتبط سلبيًا بالرضا عن الجسم، إلا أنه مرتبط إيجابيًا بالدافع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإجراء مقارنات الجسم.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

جدول رقم (١٧)

يوضح العلاقة الارتباطية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها

		المقارنة الاجتماعية
تقدير الذات	معامل الارتباط	-. 240
	مستوي الدلالة	. 001 دال
	العدد	500

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية عكسية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (- ٠. ٢٤٠) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٠١) أي أنه كلما زاد استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي قل تقديرها لذاتها.

وبناءً على ذلك يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

وتتفق هذه النتائج مع **دراسةRay Tracie (2021)** [٩٧] حيث انتهت الدراسة إلى أن المشاركين جميعهم يقارنون أنفسهم بالآخرين أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مما يوضح أنهم مشاركون سلبيون، وأشارت إلى أن هذه المقارنات والتقييمات الذاتية غالبًا ما تدفع المشاركين إلى التشكيك في حياتهم أو مظهرهم أو مواقفهم، حيث أشار المشاركون إلى أن هذا السلوك غالبًا ما يعزز المشاعر السلبية لديهم ويقلل من شعورهم بقيمة الذات لديهم.

وأيضا تتفق مع **دراسة Midgley Claire & et. al (2020)**[٩٨] التي أكدت على دور شبكات التواصل في منح الأفراد فرصة للمقارنة بغيرهم، موضحة أن قضاء ١٠٠ دقيقة في استخدام شبكات التواصل وممارسة الأنشطة الإلكترونية يزيد من فرص إجراء المستخدم للمقارنة الاجتماعية ومن ثم إصابته بشعور سلبي تجاه نفسه، وأن انخفاض تقدير المستخدم لذاته يعرضه إلى مخاطر تقدير الذات كنتيجة للمقارنة الاجتماعية، خاصةً إذا كان لا يتمتع في العموم بدرجة عالية من تقدير الذات، حيث إنه يلجأ إلى إجراء المقارنة بين نفسه وأشخاص آخرين لديهم تقدير ذاتي مرتفع.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رضا المرأة المصرية عن صورة جسدها ومدى تقديرها لذاتها.

جدول رقم (١٨)

يوضح العلاقة الارتباطية بين رضا المرأة المصرية عن صورة جسدها ومدى تقديرها لذاتها

		درجة الرضا
تقدير الذات	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد	.326 .001 دال 500

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود علاقة ارتباطيه طردية بين رضا المرأة المصرية عن صورة جسدها ومدى تقدرها لذاتها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠. ٣٢٦) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٠١) أنه كلما زاد رضا المرأة عن صورة جسدها زاد تقديرها لذاتها.

وبناءً على ذلك يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين رضا المرأة عن صورة جسدها ومدى تقديرها لذاتها.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

جدول رقم (١٩)

يوضح العلاقة الارتباطية بين استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية ومدى رضاها عن صورة جسدها.

		كثافة استخدام فلاتر تحسين الصورة
درجة الرضا عن صورة الجسد	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد	-. 147 . 001 دال 500

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية عكسية بين استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (- ٠. ١٤٧) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٠١) أي أنه كلما زاد استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية قل رضاها عن صورة جسدها.

وبناءً على ذلك يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

وتتفق هذه النتائج مع **دراسة أنفال محمد ومجدة السيد** [٩٩] التي انتهت إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين المستخدمين لفلاتر سناب شات وإنستجرام وغير المستخدمين لصالح غير المستخدمين، وهذا يعني أن الرضا عن صورة الجسد أعلى لدى غير المستخدمين.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

جدول رقم (٢٠)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية ومدى تقديرها لذاتها

		كثافة استخدام فلاتر تحسين الصورة
تقديرها لذاتها	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد	-070 . . 120 غير دال 500

يتضح من قراءة الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-٠. ٠٧٠) وهي غير دالة عند مستوى معنوية (٠. ١٢٠) أي لم تكن هناك فروق واضحة بين من تستخدم فلاتر تحسين الصورة الشخصية ومن لا تستخدمها ومدى تقدير ها لذاتها.

وبناءً على ذلك لم يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها.

وتختلف هذه النتائج مع **دراسة عيد جلال وأسماء سالم**[١٠٠] التي توصلت إلى أنه توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تقدير الذات وصورة الجسم عند مستخدمي فلاتر السناب شات، وبأن الإناث لديهن تقدير ذات وصورة جسد سلبية أكثر من الذكور، وأن الإناث اللاتي يستخدمن فلاتر السناب شات لديهن تقدير ذات وصورة جسد سلبية أكثر من اللاتي لا يستخدمن الفلاتر.

الفرض العاشر: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

جدول رقم (٢١)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية

		كثافة استخدام فلاتر تحسين الصورة
المقارنة الاجتماعية	معامل الارتباط	109 .
	مستوي الدلالة	014 . دال
	العدد	500

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية ومدى استعدادها للمقارنة مع النساء الأخريات على مواقع التواصل الاجتماعي. حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠. ١٠٩) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠١٤) أي أنه كلما زادت كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي زاد استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك الموقع.

وبناءً على ذلك يثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة بين كثافة استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

الفرض الحادى عشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي في (التعليم، الحالة الاجتماعية، السن، المستوى الاقتصادي، المظهر، العمل) ومدى رضاها عن صورة جسدها.

جدول رقم (٢٢)

يوضح دلالة الفروق بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

		العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
درجة الرضا عن صورة الجسد	التعليم						
	متوسط	24	6250 .	49454 .	3 496	378 .	769 . غير دال
	فوق متوسط	19	7895 .	53530 .			
	جامعي	407	7101 .	51526 .			
	فوق جامعي	50	7200 .	49652 .			
	المجموع	500	7100 .	51227 .			
درجة الرضا عن صورة الجسد	الحالة الاجتماعية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
	آنسة	222	7062 .	51014 .	3 496	817 .	485 . غير دال
	متزوجة	197	7193 .	52625 .			
	مطلقة	40	8667 .	35187 .			
	أرملة	41	5000 .	83666 .			
	المجموع	500	7100 .	51227 .			
درجة الرضا عن صورة الجسد	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
	أقل من ٣٠ عامًا	227	7166 .	50517 .	3 496	762 .	516 . غير دال
	من ٣٠ لأقل من ٤٠ عامًا	91	7317 .	50122 .			
	من ٤٠ لأقل من ٥٠ عامًا	125	5600 .	58310 .			
	٥٠ عامًا فأكثر	57	7143 .	75593 .			
	المجموع	500	7100 .	51227 .			
درجة الرضا عن صورة الجسد	المستوي الاقتصادي الاجتماعي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
	منخفض	38	6316 .	58914 .	2 497	522 .	594 . غير دال
	متوسط	319	7210 .	52055 .			
	مرتفع	143	7063 .	47222 .			
	المجموع	500	7100 .	51227 .			

درجة الرضا عن صورة الجسد	المظهر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
	محجبة	382	7356 .	48682 .	2. 017	498	044 . دال
	غير محجبة	118	6271 .	58172 .			
درجة الرضا عن صورة الجسد	العمل	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
	تعمل	161	6832 .	51747 .	805 .	498	421 . غير دال
	لا تعمل	339	7227 .	51006 .			

يتضح من قراءة الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المظهر (محجبة / غير محجبة) ودرجة رضا المرأة من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي عن صورة جسدها، حيث بلغت قيمة (T) (٢. ٠١٧) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٤٤) وقد جاءت الفروق لصالح المحجبة حيث إنها أكثر رضا عن صورة جسدها من غير المحجبة.

كما يتضح من الجدول السابق أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم ودرجة رضا المرأة من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي عن صورة جسدها حيث بلغت قيمة (F) (٠. ٣٧٨) عند مستوى معنوية (٠. ٧٦٩) وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المستويات التعليمية المختلفة فيما يتعلق بمستوى رضا المرأة عن صورة جسدها.

كما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة الاجتماعية ودرجة رضا المرأة من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي عن صورة جسدها حيث بلغت قيمة (F) (٠. ٨١٧) عند مستوى معنوية (٠. ٤٨٥) وهي غير دالة أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين أنواع الحالة الاجتماعية للمرأة ومستوى رضاها عن صورة جسدها.

كما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن ودرجة رضا المرأة من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي عن جسدها حيث بلغت قيمة (F) (٠٧٦٢) عند مستوى معنوية (٠٥١٦) وهي غير دالة أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين متغير فئات السن ومستوى رضا المرأة عن صورة جسدها.

كما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي ودرجة رضا المرأة من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي عن صورة جسدها حيث بلغت قيمة (F) (٠. ٥٢٢) عند مستوى معنوية (٠. ٠٥٩٤) وهي غير دالة أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومستوى رضا المرأة عن صورة جسدها.

كما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمل ومدى رضا المرأة عن صورة جسدها حيث بلغت قيمة (T) (٠. ٨٠٥) عند مستوى معنوية (٠. ٤٢١) وهي غير

دالة أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المرأة العاملة وغير العاملة فيما يتعلق بمدى رضاها عن صورة جسدها.

وبناءً على ذلك يثبت جزئياً صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها.

الفرض الثانى عشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي (التعليم، الحالة الاجتماعية، السن، المستوى الاقتصادى والاجتماعي، المظهر، العمل) ودرجة تقديرها لذاتها.

جدول رقم (٢٣)

يوضح دلالة الفروق بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تقديرها لذاتها

	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
تقدير الذات	متوسط	24	2.5417	.58823	3 496	4.346	.005 دال
	فوق متوسط	19	2.5263	.51299			
	جامعي	407	2.7592	.50222			
	فوق جامعي	50	2.9000	.30305			
	المجموع	500	2.7540	.49596			
	الحالة الاجتماعية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
تقدير الذات	آنسة	222	2.7654	.47696	3 496	3.396	.018 دال
	متزوجة	197	2.7018	.56584			
	مطلقة	40	2.8667	.35187			
	أرملة	41	2.1667	.98319			
	المجموع	500	2.7540	.49596			

	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
تقدير الذات	أقل من ٣٠ عامًا	227	2. 7658	. 47615	3 496	1. 718	. 162 غير دال
	من ٣٠ لأقل من ٤٠ عامًا	91	2. 7805	. 47498			
	من ٤٠ لأقل من ٥٠ عامًا	125	2. 5600	. 71181			
	٥٠ عامًا فأكثر	57	2. 5714	. 78680			
	المجموع	500	2. 7540	. 49596			
تقدير الذات	المستوي الاقتصادي الاجتماعي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
	منخفض	38	2. 5526	. 64504	2 497	4. 404	. 013 دال
	متوسط	319	2. 7492	. 49506			
	مرتفع	143	2. 8182	. 43825			
	المجموع	500	2. 7540	. 49596			

	المظهر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
تقدير الذات	محجبة	382	2. 7723	47285 .	1. 482	498	. 139 غير دال
	غير محجبة	118	2. 6949	56248 .			
تقدير الذات	العمل	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
	تعمل	161	2. 7516	52477 .	076 .	498	. 939 غير دال
	لا تعمل	339	2. 7552	48247 .			

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم ودرجة تقدير المرأة لذاتها، حيث بلغت قيمة (F) (٣٤٦ .٤) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠٠٥)، وقد جاءت الفروق لصالح المؤهل فوق الجامعي، أي أنهم أكثر تقديراً لذواتهم عن غيرهم من المستويات التعليمية الأخرى.

كما اتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة الاجتماعية ودرجة تقدير المرأة لذاتها، حيث بلغت قيمة (F) (٣٩٦ .٣) وهي دالة عند مستوى معنوية

(٠. ٠١٨) وقد جاءت الفروق لصالح المطلقة أي أنها أكثر تقديراً لذاتها عن غيرها من الحالات الاجتماعية الأخرى (آنسة، متزوجة، أرملة).

كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي ودرجة تقدير المرأة لذاتها، حيث بلغت قيمة (F) (٤. ٤٠٤) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠. ٠١٣) وقد جاءت الفروق لصالح الفئة المرتفعة حيث إنها كانت أكثر تقديراً لذاتها عن غيرها من فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي الأخرى.

كما اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن ودرجة تقدير المرأة لذاتها، حيث بلغت قيمة (F) (١. ٧١٨) وهي غير دالة عند مستوى معنوية (٠. ١٦٢) أي لم تكن هناك اختلافات واضحة بين فئات السن المختلفة ودرجة تقدير المرأة لذاتها.

كما اتضح أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المظهر (محجبة / غير محجبة) ودرجة تقدير المرأة لذاتها، حيث بلغت قيمة (T) (١. ٤٨٢) عند مستوى معنوية (٠. ١٣٩) وهي غير دالة، أي لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المحجبة وغير المحجبة ودرجة تقديرها لذاتها.

كما اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمل (تعمل / لا تعمل) ودرجة تقدير المرأة لذاتها، حيث بلغت قيمة (T) (٠. ٠٧٦) عند مستوى معنوية (٠. ٩٣٩) وهي غير دالة. أي لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المرأة العاملة وغير العاملة ودرجة تقديرها لذاتها.

وبناءً على ذلك يثبت جزئياً صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تقديرها لذواتهن.

خاتمة الدراسة

أصبحت الحاجة ملحة وبالغة لدراسة العلاقات المحتملة سواء السلبية أو الإيجابية بين استخدام المرأة لوسائل التواصل الاجتماعي ومدى اهتمامها بصورة جسدها ومقدار تقديرها لذاتها. وفي ضوء ذلك تحددت مشكلة هذه الدراسة في الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل المرأة لصورتها نحو جسدها ومدى تقديرها لذاتها، في ظل المقارنات الاجتماعية التي تجريها مع قريناتها من النساء الأخريات على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وعلاقاتها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة بل تتعداه لتحليل العلاقات المتبادلة فيها، واستخدمت الدراسة منهج المسح Survey بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك عن طريق مسح عينة من المرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي ميدانياً، وذلك للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على صورتها نحو جسدها ومدى تقديرها لذاتها. واتخذت الدراسة من نظرية المقارنة الاجتماعية إطاراً نظرياً لها.

وقام الباحث باختيار عينة عمدية بأسلوب كرة الثلج من المرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي بلغت ٥٠٠ مفردة، وقام الباحث أثناء اختياره لعينة الدراسة بالتنويع في الاختيار بين المراحل العمرية، والمستويات التعليمية المختلفة، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي.

وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها ثبوت الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها. كما ثبت جزئياً أيضا صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، انستجرام، تيك توك، سناب شات، يوتيوب) التي تستخدمها المرأة المصرية ومدى استعدادها للمقارنة الاجتماعية مع النساء الأخريات على تلك المواقع.

في حين لم يثبت الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها. وعلى الجانب الأخر ثبت صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تقديرها لذاتها. كما ثبت أيضا صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية التي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها. أي أنه كلما زاد استخدام المرأة المصرية لفلاتر تحسين الصورة الشخصية قل رضاها عن صورة جسدها والعكس صحيح.

وفيما يتعلق بتأثير العوامل الديموغرافية على صورة المرأة نحو جسدها ومدى تقديرها لذاتها، فقد ثبت جزئياً صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضاها عن صورة جسدها (متغير المظهر). وأيضا بين المتغيرات الديموغرافية ومدى تقديرها لذاتها (متغير التعليم، والحالة الاجتماعية، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

مراجع الدراسة :

(١)سعيد، ندى محمد. (٢٠١٩). الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر لدى النساء في منطقة مكة المكرمة، *مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس*، رابطة التربويين العرب، العدد ١٠٧، ص ٢٣٣.

(2)Kassai, S. S. (2020). *The Effect of Social Media on Women's Body Image, Self-Dissatisfaction, and Mental Health* (Doctoral dissertation, Alliant International University).

(٣)إبراهيم، زينة إسماعيل، وجاسم، احمد لطيف. (٢٠٢٢). الاهتمام بصورة الجسم لدى مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي، *مجلة كلية الآداب*، جامعة بغداد، ص ١٨٩.

(٤)أبو حمزة، عيد جلال، والعنزي، أسماء سالم. (٢٠٢٠). صورة الجسم وعلاقاتها بتقدير الذات لدى مستخدمي فلاتر السناب شات، *مجلة البحوث التربوية والنوعية*، مؤسسة التربية الخاصة والتأهيل التربوي، العدد الأول يوليو، ص ٥٩.

(٥)عمارة، نائلة إبراهيم. (٢٠٠٨). التعرض للتليفزيون وعلاقته بتشكيل صورة الجسم Body Image لدى الإناث، في: *علم النفس الإعلامي مفاهيم أساسية ودراسات أمبريقية*، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ٢٥٩.

(٦)أبو حمزة، عيد جلال، والعنزي، أسماء سالم. *مرجع سابق*، ص ٥٩.

(7)Cheng, Q. (2022). *Mitigated or aggravated: how Instagram comments on idealized images affect women's body image concerns* (Doctoral dissertation, Boston University).

(8)Byrne, E. (2022). *the effects of social media on disordered eating and body image among adolescent middle school girls* (A Master degree) the faculty of Kalmanovitz school of education, Saont mary's college of California.

(9)Papageorgiou, A. , Fisher, C. , & Cross, D. (2022). "Why don't I look like her?": How adolescent girls view social media and its connection to body image.

(١٠)إبراهيم، زينة إسماعيل، وجاسم، *مرجع سابق*، ص ١٨٧-٢٠٠.

(11)Catherine, L. Holf. (2021). *Woman Body Image and Social Media usage* (Doctoral dissertation, Adler University).

(12)Fioravanti, G. , Svicher, A. , Ceragioli, G. , Bruni, V. , & Casale, S. (2021). Examining the impact of daily exposure to body-positive and fitspiration Instagram content on young women's mood and body image: An intensive longitudinal study. *New Media & Society*, 14614448211038904. .

(13)Jones, K. M. (2021). *Black/African American Women's Perceptions of Social Media's Influence on Body Image* (Doctoral dissertation, The Chicago School of Professional Psychology). .

(14)Ryding, F. C. (2021). *" My presence is there to be seen for people who judge". Instagram on well-being, body image and body dysmorphic disorder* (Doctoral dissertation, Nottingham Trent University).

(15)Lemus, C. (2022). *Instagram, Self-Esteem and Body Image among Females Using Quantitative Research* (Doctoral dissertation, The Chicago School of Professional Psychology).

(16)Yurdagül, C. , Kircaburun, K. , Emirtekin, E. , Wang, P. , & Griffiths, M. D. (2021). Psychopathological consequences related to problematic Instagram use among adolescents: The mediating role of body image dissatisfaction and moderating role of gender. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *19*(5), 1385-1397.

(17)Jiotsa, B. , Naccache, B. , Duval, M. , Rocher, B. , & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International journal of environmental research and public health*, *18*(6), 2880.

(18)Kim, H. M. (2021). What do others' reactions to body posting on Instagram tell us? The effects of social media comments on viewers' body image perception. *New Media & Society*, *23*(12), 3448-3465.

(١٩)عمر، أنفال محمد. وعلي، مجدة السيد. (٢٠٢١). الرضا عن صورة الجسد لدى عينة من مستخدمي فلاتر الصورة التجميلية في تطبيقي (السناب شات والإنستجرام) وغير المستخدمين في المملكة العربية السعودية، دراسة مقارنة، *مجلة جامعة الملك عبد العزيز*، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، العدد ٤، ص ٥٨١-٦١١.

(20)Rodgers, R. F. , Slater, A. , Gordon, C. S. , McLean, S. A. , Jarman, H. K. , & Paxton, S. J. (2020). A biopsychosocial model of social media use and body image concerns, disordered eating, and muscle-building behaviors among adolescent girls and boys. *Journal of youth and adolescence*, *49*(2), 399-409.

(21)Haller, S. L. (2020). *An Examination of Instagram Use and Body Image in a Sociocultural Model of Disordered Eating* (Doctoral dissertation, University of Toronto (Canada)).

(22)Laknit, S. (2020). *Instagram use and appearance-related comparison: the impact on the body image of Moroccan women* (Doctoral dissertation).

(23)Tiggemann, M. , & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality'images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, *22*(12), 2183-2199.

(24)Rounsefell, K. , Gibson, S. , McLean, S. , Blair, M. , Molenaar, A. , Brennan, L. , . . . & McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, *77*(1), 19-40.

(٢٥)أبو حمزة، عيد جلال، والعنزي، أسماء سالم. مرجع *سابق*، ص ٥٧-٨٣.

(٢٦)أحمد، إلهام يونس. (٢٠٢٠). استخدام المراهقين للفيسبوك وتصوير الذات (السيلفي) وعلاقاتها بالسمات الشخصية النفسية لديهم، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٤، الجزء الثاني يوليو ، ص ٥٦٤-٦٣٥.

(27)Cohen, R. , Fardouly, J. , Newton-John, T. , & Slater, A. (2019). # BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society*, *21*(7), 1546-1564.

(28)Zhang, X. (2019). *Exploring a "Dual-Process" Model of Social Media Effects on Body Image:"Sender Effects" and "Receiver Effects" in Chinese Social Media Context* (Doctoral dissertation, The Chinese University of Hong Kong (Hong Kong)).

(29)Bazile, K. E. (2019). *Exploring Social Media Use and Body Image Concerns in Midlife and Older Women: A Mixed Methods Approach* (Doctoral dissertation, Mercer University).

(30)Salomon, I. , & Brown, C. S. (2019). The selfie generation: Examining the relationship between social media use and early adolescent body image. *The Journal of Early Adolescence*, *39*(4), 539-560.

(31)An, D. (2019). *Constructing a Photo for Instagram: Body Image Behind the Selfie* (Doctoral dissertation, Notre Dame de Namur University).

(٣٢)أحمد، سارة فيصل. (٢٠١٩). تعرض الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وإنستجرام) وأثره على مستوى الرضا عن صورة الجسد والواقع الاجتماعي، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(33)Qi, W. , & Cui, L. (2018). Being successful and being thin: The effects of thin-ideal social media images with high socioeconomic status on women's body image and eating behaviour. *Journal of Pacific Rim Psychology*, *12*.

(34)Baker, N. (2018). *Focusing on College Students' Instagram Use and Body Image*. (MASTER DEGREE) UNIVERSITY OF RHODE ISLAND.

(35)Fardouly, J. , Willburger, B. K. , & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New media & society*, *20*(4), 1380-1395.

(36)Fardouly, J. , & Holland, E. (2018). Social media is not real life: The effect of attaching disclaimer-type labels to idealized social media images on women's body image and mood. *New media & society*, *20*(11), 4311-4328.

(37)Smith, C. R. (2018). *The Relationship between Social Media Use, Body Image and Attitudes towards Food among Female Adolescents*. (the Master Degree) California State University.

(38)Puglia, D. R. (2017). *Social media use and its impact on body image: the effects of body comparison tendency, motivation for social media use, and social media platform on body esteem in young women* (Doctoral dissertation, The University of North Carolina at Chapel Hill).

(39)Cohen, L. H. (2016). *The Relationship Between Instagram Usage and Young Women's Body Image Satisfaction and Appearance Concerns* (Doctoral dissertation, William James College).

(40)Suplee, A. F. (2016). An *examination of social media and the tripartite influence model of body image disturbance*. (Doctoral dissertation, LOMA LINDA UNIVERSITY).

(41)Hendrickse, J. (2016). *Appearance-related comparisons mediate the relationship between Instagram use and body image concerns* (Doctoral dissertation, The Florida State University).

(42)Brooks, C. S. (2016). *Examining the relationship between body image dissatisfaction and social media usage among African American women* (Doctoral dissertation, Tennessee State University).

(43)Fardouly, J. , Diedrichs, P. C. , Vartanian, L. R. , & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image*, *13*, 38-45.

(44)Kim, J. W. , & Chock, T. M. (2015). Body image 2. 0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in human behavior*, *48*, 331-339.

(45)Kalnes, K. C. B. (2013). *Influence of social media use on adolescent females' perceptions of their body image*. (Doctoral dissertation, Walden University).

(46)Pop, L. M. , Iorga, M. , & Iurcov, R. (2022). Body-esteem, self-esteem and loneliness among social media young users. *International journal of environmental research and public health*, *19*(9), 5064.

(47)Yousaf, A. , Adil, A. , Hamza, A. , Ghayas, S. , Niazi, S. , & Khan, A. (2021). Relationship between Attachment styles and Social Media addiction among young adults: Mediating role of Self-esteem. *Isra Med*, *13*, 48-51.

(48)Drake, A. (2021). *Church Attendance, Social Media Use, and Self-Esteem in Young Adults: A Nonexperimental Study* (Doctoral dissertation, Capella University).

(49)Shao, X. , & Ni, X. (2021). How Does Family Intimacy Predict Self-Esteem in Adolescents? Moderation of Social Media Use Based on Gender Difference. *SAGE Open*, *11*(1), 21582440211005453.

(50)Ray, T. D. (2021). *# InRealLife: a Phenomenological Study into How Adolescents Diagnosed with Depression Perceive the Impact of Social Media on Their Self-Esteem and Emotional Well-Being* (Doctoral dissertation, Northcentral University).

(51)Ozimek, P. , & Bierhoff, H. W. (2020). All my online-friends are better than me–three studies about ability-based comparative social media use, self-esteem, and depressive tendencies. *Behaviour & Information Technology*, *39*(10), 1110-1123.

(52)Demircioğlu, Z. I. , & Köse, A. G. (2020). Mediating effects of self-esteem in the relationship between attachment styles and social media addiction among university students. *The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences* 2020;33:8-18 .

(53)Midgley, C. , Thai, S. , Lockwood, P. , Kovacheff, C. , & Page-Gould, E. (2021). When every day is a high school reunion: Social media comparisons and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, *121*(2), 285.

(54)Berrios, A. (2020). *Social Media Usage and Its Relationship to Self-Esteem among Female Adolescents: A Qualitative Study*. (Doctoral dissertation, Drexel University).

(55)Gaethe, T. (2020). *Social Media Use, Social Comparison, Age, and Gender as Predictors of Self-Esteem in Adults* (Doctoral dissertation, Capella University).

(56)Mann, R. E. B. (2020). *The Effects of Social Media Use and Self-esteem on Possible Selves Throughout Adolescence* (Doctoral dissertation, Fordham University).

(57)Pape, A. (2019). *The Impact of Social Media on the Self-Esteem of Suburban Middle School Students* (Doctoral dissertation, University of St. Francis).

(58)Kircaburun, K., Demetrovics, Z. , & Tosuntaş, Ş. B. (2019). Analyzing the links between problematic social media use, dark triad traits, and self-esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *17*(6), 1496-1507.

(59)Rashall, N. L. (2019). *Personality Traits: A Bidirectional Model of the Effects of Social Media Use on Self-Esteem* (the Master Degree, Houston Baptist University).

(60)Guven, A. (2019). *Relationship between social media use, self-esteem and satisfaction with life* (the Master Degree, University of Alabama Libraries).

(61)Chang, F. M. (2019). *Selfies on social media: the role of appearance contingent self-worth and impact on self-esteem* (Doctoral dissertation, University of Windsor).

(62)Barker, J. D. (2018). *Social Media and Self-Esteem: The Relationship of Social Media Usage and Self-Esteem* (the Master Degree, Arkansas State University).

(63)Deloatch, M. A. (2017). *The Effects of a Social Media Workshop on the Self Esteem, Body Esteem, and Psychological Well-Being of African American College Students* (the Master Degree, North Carolina Central University).

(64)Grossman, M. (2017). *Study of social media users: The relationship between online deception, Machiavellian personality, self-esteem, and social desirability* (Doctoral dissertation, Alliant International University).

(65)Gallagher, S. M. (2017). *The influence of social media on teens' self-esteem*. (the Master Degree,Rowan University).

(66)Solomon, M. (2016). *Social media and self-evaluation: The examination of social media use on identity, social comparison, and self-esteem in young female adults*. (Doctoral dissertation, B. A. , University of New Hampshire).

(67)Santarossa, S. (2015). *#SocialMedia: Exploring the Associations of Social Networking Sites and Body Image, Self-Esteem, Disordered Eating and/or Eating Disorders and the Impact of a Media Literacy Intervention*. (the Master Degree, University of Windsor).

(٦٨)أحمد، سارة فيصل. *مرجع سابق*، ص ٦.

(٦٩)محمد، نشوة سليمان. (٢٠١٨). العلاقة بين تعرض المرأة المصرية لبرامج التجميل التليفزيونية وصورة الجسد لديها، *مجلة بحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤ ديسمبر، ص ٧٥.

(٧٠)أحمد، سارة فيصل. *مرجع سابق*، ص ٦٢.

(٧١)*المرجع السابق نفسه*، ص ٦٤.

(٧٢)محمد، آية يحيى. (٢٠١٩). العلاقة بين تعرض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع وإدراكهم لصورة الفتاة المصرية، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٢٤.

(٧٣)عمارة، نائلة إبراهيم. *مرجع سابق*، ص ٦٨.

(٧٤)صابر، سامية محمد. (٢٠٠٨). صورة الجسم وعلاقاتها بتقدير الذات والاكتئاب لدى عينة من طلاب الجامعة، *مجلة البحوث النفسية والتربوية*، كلية التربية، جامعة المنوفية، العدد ١، ص ١٨٦-٢٣٥.

(٧٥)أبو سعد، أحمد. (٢٠١١). *دليل المقاييس والاختبارات النفسية والتربوية*، مركز ديبونو لتعليم التفكير، الجزء الأول، عمان، ص ٤٤-٤٥.

(٧٦)أحمد، سارة فيصل. *مرجع سابق*، ص ٣ (ملاحق الدراسة).

(٧٧)المحكمون هم:

- أ. د/ نائلة إبراهيم عمارة، أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الآداب جامعة حلوان.
- أ. د/ أسامة عبد الرحيم، أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.
- أ. د/ عماد الدين جابر، أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة حلوان.
- أ. م. د/ هشام محمد عبد الغفار، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية.
- أ. م. د/ محمود حمدي عبد القوي، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة المنيا.

(٧٨)سعيد، ندى محمد. *مرجع سابق*، ص ٢٣٥.

(٧٩)أبو حمزة، عيد جلال، والعنزي، أسماء سالم. *مرجع سابق*، ص ٦١.

(٨٠)عمارة، نائلة إبراهيم. *مرجع سابق*، ص ٢٦٥.

(٨١)جابر، جابر عبد الحميد، وكفافي، علاء الدين. (١٩٨٩). *معجم علم النفس والطب النفسي*، القاهرة، دار النهضة العربية، الجزء الثاني، ص ٤٤٨.

(٨٢)عمر، أنفال محمد ، وعلي، مجدة السيد. *مرجع سابق*، ص ٥٨٦.

(٨٣)محمود، أماني خليل. (٢٠١٥). تقدير الذات وعلاقته بالضغوط النفسية والمساندة الاجتماعية لدى الفتيات المتأخرات في الزواج في محافظات غزة، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، ص ٨.

(٨٤)الصمادي، منال عثمان. والسعود، لبنى عبد الرحمن. (٢٠١٨). تقدير الذات وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى عينة من طالبات كلية الأميرة عالية الجامعية، *مجلة كلية التربية*، جامعة عين شمس، العدد ٤٢ الجزء الثاني، ص ٢٥٣.

(٨٥)سايح، زليخة. (٢٠١٤). علاقة تقدير الذات ووجهة الضبط بالتحصيل الدراسي، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، ص ٣٠.

(٨٦)إمام، جليلة. التوافق النفسي لدى الوالدين وأثره على تقدير الذات عند الأبناء المراهقين، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة يحيى فارس، ٢٠٢١، ص ٦٥.

(٨٧)الصمادي، منال عثمان. لبنى عبد الرحمن السعود، *مرجع سابق*، ص ٢٥٥.

(88)Catherine, L. Holf. (2021). *op. cit*.

(89)Ryding, F. C. (2021). *op. cit*.

(90)Salomon, I. , & Brown, C. S. (2019). *op. cit*, 539-560.

(91)Pop, L. M. , Iorga, M. , & Iurcov, R. (2022). *op. cit*.

(92)Fioravanti, G. , Svicher, A. , Ceragioli, G. , Bruni, V. , & Casale, S. (2021). *op. cit*.

(93)Yousaf, A. , Adil, A. , Hamza, A. , Ghayas, S. , Niazi, S. , & Khan, A. (2021). *op. cit*, 48-51.

(94)Demircioğlu, Z. I. , & Köse, A. G. (2020). *op. cit* .

(95)Catherine, L. Holf.). *op. cit*.

(96)Puglia, D. R. (2017). *op. cit*.

(97)Ray, T. D. (2021). *op. cit* .

(98)Midgley, C. , Thai, S. , Lockwood, P. , Kovacheff, C. , & Page-Gould, E. (2021) *op. cit*.

(٩٩)عمر، أنفال محمد. وعلي، مجدة السيد. (٢٠٢١). *مرجع سابق*، العدد ٤، ص ٥٨١-٦١١.

(١٠٠) أبو حمزة، عيد جلال، والعنزي، أسماء سالم. (٢٠٢٠). *مرجع سابق*، ص ٥٧-٨٣.