

الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر لدى النساء في منطقة مكة المكرمة

أ / ندى محمد سعيد الحريري الزهراني

ماجستير علم النفس النمو - مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

• المستخلص :

تهدف هذه الدراسة إلى: تحديد نسبة انتشار الاستياء من صورة الجسد لدى النساء في منطقة مكة المكرمة. والكشف عن مدى تأثير تعرض النساء البالغات في منطقة مكة للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر. والتحقق من علاقة النموذج الإعلامي المثالي للمظهر بالاستياء من صورة الجسد. وتعرف المسار التطوري لدرجة الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر من خلال الفروق في مراحل مختلفة من عمر النساء البالغات في منطقة مكة المكرمة. وتعرف الفروق بين المتزوجات وغير المتزوجات في درجات الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر. ولتحقيق هذه الأهداف تم تطبيق استبانتين من إعداد الباحثة (استبانة الاستياء من صورة الجسد، واستبانة مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر) على عينة عشوائية بلغت ٧١٨ امرأة من النساء في منطقة مكة المكرمة. وفي تعاملها مع المعطيات سلكت الدراسة المنهج الوصفي بأنواعه (المسحي والارتباطي والمقارن)، وجاءت بالنتائج التالية: نسبة انتشار بلغت الاستياء من صورة الجسد بلغت ٢٣.٤٪، ٢٨٪ من العينة صنفن على أنهن ذوات حساسية عالية للتأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر. وتوجد علاقة طردية متوسطة القوة ودالة عند مستوى ٠.٠١ بين الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر. ولا توجد فروق في الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر تعزى لتغير الفئة العمرية. ولا توجد فروق بين المتزوجات وغير المتزوجات في الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر. وفي ضوء مخرجات الدراسة أوصت الباحثة بإجراء المزيد من الدراسات للكشف عن العوامل التربوية التي تنمي الاستياء من صورة الجسد. والعمل على المزيد من الدراسات التي لا تحصر مفهوم صورة الجسد في زاوية ضيقة تهتم بالرضا عن حجم الجسد ووزنه فقط. واتخاذ مواقف رسمية وشعبية ضد تركيز وسائل الاعلام على الجاذبية الجسدية ورفع الوعي بخصوص دورها في تحديد معايير الجمال التي يتبناها المجتمع، ورسائلها المباشرة وغير المباشرة التي تضغط على النساء لتحقيق هذه المعايير.

الكلمات المفتاحية: صورة الجسد، الإعلام، النموذج المثالي للمظهر

Body Image Dissatisfaction and Vulnerability of Ideal Media Model for Appearance Among Women in Makkah

Nada M. S. Az-zahraani

Abstract

The objectives of this research are: To identify the percentage of Body Image Dissatisfaction Among women in Makkah. To explore Vulnerability of Ideal media model for appearance among Makkah women. To verify the relationship between Body Image Dissatisfaction and Vulnerability of Ideal media model for appearance. To identify Evolutionary scale of Body Image Dissatisfaction and Vulnerability of Ideal media model for appearance Through the differences in the various age groups of adult women in

Makkah.To identify differences between married and unmarried women in their Body Image Dissatisfaction and Vulnerability of Ideal media model for appearance.In order to accomplish these objectives, two surveys were done carried out by the researcher (Body Image Dissatisfaction survey, Vulnerability of Ideal media model for appearance survey) have been applied on a random sample of 718 adult females in Makkah. Th research followed the Descriptive Methodology using its various Kinds: (screening – correlational – Comparative) When reviewing the obtained data, the following results are exhibited:The percentage of Body image Dissatisfaction among women in Makkah reached: %23.4.%28 Of the sample were classified as being highly sensitive to the ideal media model of appearance.There is a significant statistical relation at the level of (0.01) between Body Image Dissatisfaction and Vulnerability of Ideal media model for appearance.There are no significant statistical differences of Body Image Dissatisfaction and the Vulnerability of Ideal media model for appearance in the various age groups of the age of adult women in Makkah.There are no significant statistical differences between married and unmarried women in Body Image Dissatisfaction and Vulnerability of Ideal media model for appearance.According to these results: the researcher recommends further studies to detect the educational factors that develop Body image satisfaction. As well as working on more studies that don't limit the concept of body image in the constricting notion of body size and weight only. In addition; the current study calls the official channels to take an official and popular stand against the media's focus on physical attraction. And to raise awareness about the media's role in determining the standards of beauty adopted by the community, and direct or indirect messages that pressure on women to seek and work towards achieving these unrealistic standards

Key words: Body Image, Media, Thin-Ideal Model

• مقدمة :

الموروث الثقافي والاجتماعي في العديد من المجتمعات يعطي أهمية كبيرة لمظهر المرأة؛ فما تبدو عليه من الخارج يؤثر كثيرا على حياتها، ويصعب إنكار دور الجمال الخارجي فهو يسهل الحياة ويجلب الفرص؛ من خلال دوره في تشكيل الانطباعات الأولى، والقبول الاجتماعي، وتكوين الصداقات، وفرص الزواج والعمل. وللمظهر مكانة هامة بالنسبة للشخصية؛ من حيث دوره في الإحساس بالهوية والشعور بقيمة الذات، وتوظيف ذلك في التنبؤ بالفاعلية والاستقرار في الحياة اليومية. (Yamamiya, et al, 2005) ويرى طومسون ورفاقه أن يكونك امرأة فإن تحقيق المظهر المثالي أمر جوهري لقيمتك من منظور ثقافي. (Thompson, et al, 1999) وكلما كان مظهرك أقرب لمعايير الجسد المثالية السائدة في المجتمع كلما أشعرك ذلك بالجابذية والرضا عن صورة جسدك

(Cafri, et al, 2005) تقول هيتشكوك hitchcoc "أن القلق الرئيسي في مجتمع اليوم يرتبط بصورة الجسد" (نوفل، ٢٠١٦).

• المشكلة والتساؤلات :

تلعب وسائل الاعلام 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 لها أن تبدو عليه. وفي ضوء هذه الرسائل المكثفة والمتكررة؛ ليس من المستغرب أن نرى عدد متزايد من النساء يعانين الاستياء من صورة الجسد نتيجة لعدم قدرتهن على تحقيق مقاربة للنموذج المثالي للمظهر؛ الذي يروج لها الإعلام.

في دراسة لهارغريفز وتيغمان (Hargreaves & Tiggemann, 2003) وجد أن الفتيات الأكثر حساسية وتأثراً بالإعلام طورن سمة الاستياء من صورة الجسد على مدى عامين. لكن الأدبيات المتعلقة بدراسة العلاقة بين صورة الجسد وتأثير التعرض لوسائل الاعلام أشارت إلى أن ما يتحكم في هذه العلاقة هو مدى حساسية المرأة للتأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر، فلا يمكن اعتبار أن جميع النساء عرضة للتأثير الإعلامي السلبي، وبنفس القدر. الدراسات التالية: (Dittmar, et al, 2009; Tiggemann & McGill, 2004; Yamamiya, et al, 2001; Thompson, et al, 2000; Thompson, et al, 2005) تحدثت عن عاملان على الأقل يتحكمان بالتفاوت في استجابة صورة الجسد للتعرض للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر: استدماج النموذج المثالي الذي تروج له وسائل الاعلام ضمن المخططات المعرفية للمظهر واستخدامه كتعريف للجمال، وعمليات المقارنة الاجتماعية مع هذا النموذج.

وهذه الدراسة تهتم بقياس هذا التأثير وفقاً للبعدين السابقين؛ في إطار البحث عن علاقته بسمة الاستياء من صورة الجسد، ومن خلال الإجابة على تساؤل عام مفاده:

ما العلاقة بين الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

والذي تبلور من التساؤلات الفرعية التالية:

« ما مدى انتشار الاستياء من صورة الجسد لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

« ما مدى التأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

« هل هناك علاقة بين الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

◀ هل هناك فروق في درجة الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر بين المتزوجات وغير المتزوجات من النساء في منطقة مكة المكرمة؟

◀ هل هناك فروق في درجة الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر وفقا للفئة العمرية لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

• أهمية الدراسة :

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الصحة النفسية للمرأة في عالم مليء بالضغوط والتوقعات الثقافية والاجتماعية التي تختزل قيمتها في جانب واحد فقط؛ وهو المظهر، وتهتمش الجوانب الأخرى. وسعياً لتحجيم دور صورة الجسد الذي تضخم أكثر مما ينبغي في السنوات الأخيرة؛ حيث صار الجمال مفتاح الفرص الحياتية التي تمهد للنجاح، ومطلب أساسي لتقدير الذات، ونيل القبول الاجتماعي. لكن تحقيق معايير الجمال الحديثة للمرأة العصرية أصبح يتطلب الكثير من الجهد والمال والوقت؛ لذا أصبحنا نلاحظ انتشار الهوس بالأنظمة الغذائية وحساب السعرات الحرارية، والاقبال القوي على شراء أحدث منتجات التجميل والعناية بالمظهر، وزيادة الطلب على عيادات التجميل والتساهل في اللجوء للجراحات التجميلية دون حاجة فعلية لها والاستهانة بمخاطرها؛ مما يتطلب الحد من انشغالها بالمبالغ فيه بمظهرها الخارجي على حساب حياتها الأسرية والمهنية والاجتماعية وصحتها النفسية والجسدية.

ومن منطلق ضرورة تحصين المرأة ضد الرسائل التي يوصلها لها الاعلام؛ والتي تشعرها بالذنب تجاه طبيعة مظهرها وتدفعها لتغييره، ورفع مستوى وعيها، والاعتراف بحقها في أن تكون كما هي لا كما ينبغي لها أن تكون؛ وبالتالي تحسين جودة حياتها، وتعزيز تقديرها لذاتها، وتمكينها من أداء أدوارها، والارتقاء بمستوى مشاركتها في الحياة الاجتماعية والشؤون المدنية. وفي سياق الجهود المبذولة لتوعيتها بهذا الخصوص أصدرت الجمعية الطبية الأمريكية بياناً يحذر الجمهور من الصور الاعلانية المعدلة حيث يمكن أن تؤدي إلى توقعات غير واقعية لصورة الجسد المثالية، كما شجعت المؤسسات الإعلانية على التعاون مع المنظمات المعنية بصحة الأطفال والمراهقين للحد من مشكلات صورة الجسد واضطرابات الأكل (AMA, 2011)، ولاتزال الجهود التوعوية المبذولة في هذا الخصوص دون المأمول، وتأمل الباحثة أن تسهم هذه الدراسة في تحفيزها.

• المصطلحات الاجرائية :

• الاستياء من صورة الجسد :

تعرفه الباحثة بالمعتقدات السلبية تجاه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد لجسده، وما تثيره من مشاعر عدم الرضا والسخط والكدر تجاه الجسد بأكمله

أو جزء منه، والتي بدورها تدفعه لسلوكيات تشير إلى انشغاله بمحاولات تغيير أو تحسين أو إخفاء عيوبه المتصورة. ويعبر عنه اجرائياً بحصول المفحوصة على درجة أعلى من درجة القطع (٤٨) في الاستبانة التي أعدتها الباحثة لقياسه.

• مدى تأثير النموذج الإعلامي المثالي للمظهر:

تعرفه الباحثة بمدى قابلية الفرد لاستدماج النموذج الإعلامي المثالي للمظهر ضمن مخططاته المعرفية كتعريف لمفهوم الجمال وصورة الجسد المثالية، واستخدامه كمعيار للمقارنة الاجتماعية. يمكن الكشف عنه اجرائياً بحصول المفحوصة على درجة أعلى من درجة القطع (١٦) في الاستبانة التي أعدتها الباحثة لقياسه.

• الإطار النظري للدراسة :

صورة الجسد ليست هي نفسها الجسد ولكنها الطريقة التي يمثل بها العقل الجسد ذهنياً وهي عملية معقدة تحمل شحنة انفعالية (Cash & Pruzinsky, 1990) فعند الحديث عن صورة الجسد لا يقتصر ذلك على ما تعكسه المرأة، بل النظرة الداخلية له (السدوقي، ٢٠٠٦) والتي وصفها كاش بالمشهد الداخلي. صورة الجسد تعكس تجربة نفسية متعددة الأبعاد لتجسيد المظهر الخارجي في أذهاننا، ولا تقتصر على صورة طبق الأصل من المظهر المادي كما هي عليه. (Cash & Pruzinsky, 1990) بمعنى أن ما تبدو عليه في الواقع قد لا يتطابق مع ما تظن أنك تبدو عليه. لأنها تتضمن الإدراك الذاتي للجسد، والأفكار التخيلية، والمعتقدات، والمشاعر، والسلوكيات. ويرى (الحمدة و بدارنه، ٢٠١٣) أنه ليس من النادر لامرأة جميلة أن ترى نفسها قبيحة كما قد يرى الطفل نفسه كبيراً ويرى الضخم حجمه صغيراً؛ فتشويه صورة الجسد قد يكون له جذور لا شعورية عميقة.

صورة الجسد تعتبر أحد العناصر الهامة المكونة لمفهوم الذات وتلعب دوراً مركزياً في عملية التوافق النفسي والاجتماعي. كما أنها قد تتأثر بتغير شكل الجسد مع تقدم مراحل العمر وحوادث الحياة كالحمل والشيخوخة والحوادث والتشوّهات (Kilpela, et al, 2015) وتتشكل صورة الجسد بتفاعل الخصائص الفيزيائية للجسد مع الخبرات الاجتماعية الشخصية مثل: التعليقات سواء السلبية أو الايجابية، والمضايقات، وخبرات الرفض الاجتماعي، والخبرات العاطفية والجنسية. (Garner D. , 2017) هذه الخبرات الذاتية التي ساهمت في تكوين فكرة الفرد عن مظهره غالباً ما يكون لها تأثير أقوى من الخصائص الفيزيائية للصورة الموضوعية الواقعية للمظهر. (Cash & Pruzinsky, 1990)

تكمن خطورة الاستياء من صورة الجسد في اتخاذ المرأة تدابير لإجراء بعض التغييرات في مظهرها مثل: الجراحات التجميلية، اتباع أنظمة غذائية صارمة، أو أساليب للتطهير مثل القيء واستخدام المسهلات واللجوء للتدخين للسيطرة

على الجوع والتحكم بالوزن، أو إساءة استخدام الأدوية وبعض المواد الكيميائية لتغيير لون البشرة أو لون الشعر وغيرها. بالإضافة إلى أنه قد يؤدي إلى القلق الاجتماعي والاكتئاب وتدني تقدير الذات وضعف التوافق النفسي. (Cash & Pruzinsky, 1990; Smolak, 2004; Grabe, et al, 2008) الرضا عن الجسد في المراهقة هو أقوى منبئ بتطوير اضطرابات الأكل. (Voelker, et al, 2015) وترى نظرية بيك أن صورة الجسد المحرفة هي أحد الأعراض المعرفية للاكتئاب (Moitra, et al, 2008). كما يرى Tiggmann أن الاضطراب الوحيد الذي يتزامن حدوثه بالفعل بطريقة متكررة مع اضطراب صورة الجسد هو اضطراب الوسواس القهري. (الدسوقي، ٢٠٠٦)

قد تمر المرأة بأيام سيئة في تقييم صورة جسدها وهذا يفترض ألا يتعارض مع الحفاظ على تصور عام إيجابي في معظم الأيام. (Wood-Barcalow, et al, 2010) إلا أن الفرق بين الذات الجسدية الواقعية والمثالية يخلق استياء عام من صورة الجسد؛ فكلما كانت الصورة الواقعية بعيدة عن الصورة المرغوبة تزداد درجة الاستياء. (Cash & Pruzinsky, 1990) يمكن أن يتراوح الاستياء من الانشغال بعيوب بسيطة في المظهر متخيلة أو حقيقية لكنها غير ملحوظة بالنسبة للآخرين، إلى تشوه إدراكي في صورة الجسد يحتاج إلى تدخل طبي (Karasu, 2015). ويعد اضطراب صورة الجسد شكلاً من أشكال الاضطرابات النفسية التي يكون الاستياء من المظهر الجسدي هو السمة الأساسية المحددة، وقد أدرج هذا الاضطراب في الدليل التشخيصي والاحصائي الثالث المعدل للاضطرابات النفسية DSM-III-R وأضاف الدليل بنسخته الرابعة محكاً يقضي بأن انشغال الفرد بعيوب مظهره يجب أن يكون حاداً و شديداً بما يكفي لأن يسبب خللاً وظيفياً. (الدسوقي، ٢٠٠٦) والدراسة الحالية تهتم بقياس الاستياء من صورة الجسد كسمة تشمل الحالات الاكلينيكية ودون الاكلينيكية، ولا تختص بحالات اضطراب صورة الجسد فحسب.

وهناك نوعين من مشكلات صورة الجسد:

- ◀ تشوش صورة الجسد Body Image Distortion: يقصد به اختلال الصورة العقلية للجسد وعدم مطابقتها للصورة الحقيقية في الواقع.
- ◀ الاستياء من صورة الجسد Body Image Dissatisfaction: يقصد بها وجود أفكار ومشاعر سلبية لدى الشخص تجاه جسده سواء كانت موجّهة نحو الجسد كله أو نحو جزء معين منه.

الاستياء وعدم الرضا غالباً ما يكون نتيجة لتشوش صورة الجسد إلا أنه يمكن أن يوجد دون وجود تشوش. (Carlino, 1999) ومن الصعب تحديد متى يصبح الاستياء من صورة الجسد مشكلة، وهل توجد فروق كبيرة بما يكفي لنقول أن هناك اضطراب نفسي؟ من الصعب أيضاً إيجاد الحد الفاصل بين

المستوى الطبيعي من الاستياء من صورة الجسد والمستوى المرضي منه. (Smolak, 2004) ولكن ارتفاع درجة تشوش صورة الجسد يعبر عن اضطراب تشوه الجسد BDD Body dysmorphic disorder ويتجاوز هذا الاضطراب حالة عدم الارتياح لصورة الجسد بكثير، ويتميز بهوس متواصل بشكل الجسد ويسبب حالة من الكرب الشديد تتداخل مع الأداء اليومي وتعيق الحياة الطبيعية. (Well, 2018)

• مكونات صورة الجسد :

صورة الجسد تتضمن ثلاث مكونات، ويعتقد بأن هذه المكونات متسقة وثابتة إلى حد ما مع مرور الوقت، لكنها مرنة وقابلة للتغيير كما أثبتت الدراسات التجريبية والمتغيرات السياقية. (Melnyk, et al, 2004)

« المكون الذهني: يمثل الطريقة التي يرى بها الفرد نفسه وهي ليست دائماً التمثيل الصحيح لما يبدو عليه الفرد في الواقع. ويشمل: المعتقدات المشوهة عن شكل الجسد ودور المظهر في الحياة الاجتماعية، والكمالية، والانتباه الانتقائي للعيوب المدرك،

« المكون الوجداني: مشاعر الفرد نحو جسده وتشمل: الشعور بالاشمئزاز من الجسد، والنفور من الصور الشخصية، والقلق في المواقف الاجتماعية.

« المكون السلوكي: سلوكيات تعبر عن قلقه وانشغاله بمظهره ورغبته في إخفاء عيوبه؛ كفحص المظهر والتحقق منه بشكل متكرر الحرص على إخفاء العيوب المدركة، كما يرتبط الاستياء من صورة الجسد بالانسحاب الاجتماعي وقلق مواجهة الآخرين تجنباً للأحكام والتقييمات السلبية حول صورة الجسد. بينما الرضا عن صورة الجسد يجعل الفرد أكثر فاعلية في التعامل مع الآخرين، فضلاً عن إقدامه على المواجهة الواثقة. (NEDC, 2018; Thompson et al, 1999) (نوفل، ٢٠١٦؛ الدسوقي، ٢٠٠٦)

• تأثير الإعلام على صورة الجسد :

الإعلام سواء بشكل مقصود أو عفوي خلق النموذج المثالي المعاصر للجمال، نموذج أكثر طولاً ونحافة وبشفاه ممتلئة وأعين واسعة. كما أنه يشدد من خلال رسائله المباشرة أو غير المباشرة على الاقتراب من هذا النموذج المثالي. وترى (Well, 2018) أن المجلات النسائية تنصح المرأة بحب الذات وتقبلها؛ وفي الوقت نفسه تمتلئ صفحاتها بالمقالات التي توجهها لتغيير شكلها والحصول على بشرة فاتحة وخالية من العيوب وجسد ممشوق ومثير وبطن مسطح وخصر نحيف وشعر أملس وعيون واسعة تحيط بها رموش كثيفة وطويلة وأسنان مصفوفة بيضاء ليتوافق شكلها مع المعايير المثالية للجسد.

ووفقاً لنظريات الإتصال (نظرية التعلم الاجتماعي/ النظرية الثقافية) فإن التعرض المتكرر لمحتوى إعلامي يقود المتابعين إلى البدء في تقبل الصورة التي

يعرضها الإعلام كممثلة للواقع حتى وإن لم تكن كذلك، ويعتقد أن تأكيد وسائل الاعلام على النموذج المثالي للجسد يقود النساء إلى رؤية هذا النموذج كمعيار، كغاية، وكمقياس رئيسي للجاذبية، ولأن ما يقدمه الاعلام من صور لأجساد النساء لا تمثل واقع الأغلبية ويصعب الوصول إليه بالنسبة لمعظم النساء فريما يؤدي ذلك إلى تدني مستوى الرضا عن أجسادهن. (Posavac, et al, 1998) ومن المثير للاهتمام بحسب (Dittmar & Howard, 2004) أن النساء أبلغن عن قلق أقل على الجسد بعد التعرض لنماذج جذابة من الحجم المتوسط للجسد والذي يمثل غالبية أجساد النساء.

أقوى وسائل الإعلام تأثيراً في الوقت الحالي هي وسائل الإعلام الاجتماعي. وفي دراسة لبريقز (Briggs, 2014) تبين أن قضاء الكثير من الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي مثل facebook والنظر لصور الأصدقاء يمكن أن يجعل الإناث غير راضيات عن أجسادهن؛ حيث كلما تعرضن للمزيد من صور السيلفي على وسائل التواصل أصبحن يقارن أنفسهن بطريقة سلبية مع تلك الصور، هذا بالإضافة إلى التعليقات السلبية التي ينشرها بعض الأشخاص على الصور التي يتم مشاركتها على وسائل الإعلام الاجتماعي؛ أما عن علاقتها بصورة الجسد الإيجابية فأوضحت دراسة لستيفانونورفاقها (Stefanone, Lackaff, & Rosen, 2011) أن الإناث اللاتي يعتمدن على هبئتهن الخارجية للحصول على القيمة الذاتية كن أكثر ميلا لتبادل الصور والحفاظ على أعلى نسبة من المتابعين في مواقع الإعلام الاجتماعي من المستخدمين الذكور. كما لا يمكننا إغفال تأثير التلاعب بالصور عن طريق برامج معالجة الصور؛ والتي تقدم صورة مثالية بعيدة عن الواقع، ويمكن من خلالها إخفاء العيوب، وإضافة خصائص غير موجودة: كتغيير لون البشرة، وإطالة الساقين، وتكبير أو تصغير أجزاء معينة.

• استدماج النموذج الإعلامي المثالي للمظهر :

يشير مفهوم استدماج النموذج المثالي الإعلامي للمظهر إلى مدى الاستيعاب الفردي للمثل المحددة اجتماعيا للجاذبية الجسدية، والانشغال بالسلوكيات التي تستهدف الاقتراب من هذا النموذج. إن استدماج النموذج المثالي الإعلامي للمظهر يتطور بالتكرار والتعرض المكثف مع مرور الوقت. (Posavac, et al, 1998) وقد يمثل عامل خطورة ينبئ بمشكلات صورة الجسد واضطرابات الأكل. (Thompson & Stice, 2001). وقد وجد أن تعرض المراهقات بشكل متكرر للمجلات والتلفزيون تنبأ بمستويات أعلى من استدماج المعتقدات الجوهرية حول قيم المظهر، وقاد للنحافة خلال عام واحد. (Tiggemann & Dohnt, 2006)

• المقارنة الاجتماعية :

نظرية المقارنة الاجتماعية اقترحها فيستنجر Leon Festinger في الخمسينات، وتفيد بأن كل شخص يعتمد على نماذج خارجية للمقارنة والقياس وتشكيل تصوراته الذاتية. وقد تكون المقارنة وسيط هام بين التأثير

الإعلامي وصورة الجسد. (Stormer & Thompson, 1996) وتوفر الآلية التي يؤدي بها التعرض لوسائل الاعلام إلى الاستياء من صورة الجسد وذلك من خلال تقييم المرأة لجاذبيتها الجسدية بمقارنتها بمشاهير الإعلام (Van Vonderen & Kinnally, 2012). إن مشاهدة المشاهير بشكل متكرر ومكثف تقدم معيارا معيناً من الجمال يؤدي إلى مقارنات يمكن أن تحفز السعي إلى مقارنة لهذا المعيار.

• الدراسات السابقة :

فحصت دراسة (العبادسة، ٢٠١٣) صورة الجسد وعلاقتها ببعض المتغيرات الشخصية (العمر - الحالة الاجتماعية - الحالة المهنية) لدى عينة مكونة من ٣٠٠ امرأة في دمشق تراوحت أعمارهن بين ٢٠ - ٥٠ سنة، وكشفت عن عدم وجود فروق دالة احصائياً بين العازبات والمتزوجات. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملات وغير العاملات لصالح العاملات، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بحسب متغير العمر.

وهدفت دراسة (العبادسة، ٢٠١٣) للكشف عن العلاقة بين الرضا عن صورة الجسم وكل من (الاكتئاب، العمر، البرامج الاعلامية المشاهدة، وأبعاد الجسم، سن البلوغ) لدى المراهقات الفلسطينيات بقطاع غزة، وقد شملت العينة (٣٧٧) مراهقة، وجاءت النتائج على النحو التالي: عدم وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين السن عند البلوغ والرضا عن صورة الجسد، ووجود علاقة ارتباطيه طردية دالة لم ترق إلى كونها علاقة تنبؤية دالة بين العمر وصورة الجسم، ووجود علاقة ارتباطيه وتنبؤية عكسية بين الرضا عن صورة الجسد وكل من (البرامج الإعلامية المشاهدة، الاكتئاب، الوزن) وعلاقة ارتباطيه وتنبؤية طردية بين الرضا عن صورة الجسم والطول.

وايضاً دراسة (القيروتي، ٢٠٠٩) التي استكشفت صورة الجسد والتشيعي الذاتي لدى المرأة في العاصمة الأردنية عمان وعلاقتها بكل من: العمر، الحالة الاجتماعية، الحالة الوظيفية. ومعرفة أثر التشيعي الذاتي على اضطرابات الأكل، والخجل من شكل الجسد، والقلق الاجتماعي. والتعرف إلى أهم العوامل المؤثرة على صورة الجسد في المجتمع الأردني. وقد طبقت مقاييس متغيرات الدراسة على عينة من ٣٨٠ امرأة بالغة. وقد أظهرت النتائج أن الفتيات في العشرينات من العمر كن الأكثر عرضة للتشيعي الذاتي مقارنة ببقية الفئات العمرية. ولا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيري الحالة الاجتماعية والوظيفية. كما لا توجد فروق ذات دلالة في درجات اضطرابات الأكل والقلق الاجتماعي بين النساء الأقل تشيعيئاً والأعلى تشيعيئاً. في حين كشفت النتائج عن فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الخجل من شكل الجسد بين النساء الأقل تشيعيئاً والأعلى تشيعيئاً، كما بينت النتائج أن أقوى العوامل تأثيراً على صورة الجسد كان الزوج، يليه الأم، ثم الصديقات، أما الإعلام فكان أقل العوامل أهمية.

وقد فحصت دراسة (Tiggemann & Barbato, 2018) التجريبية العلاقة بين تأثير تعليقات موقع Instagram لنشر الصور والتواصل الاجتماعي بالاستياء من صورة الجسد شارك فيها ١٢٨ طالبا جامعيًا. عرض عليهم مجموعة من الصور مقترنة بتعليق إيجابي موجز. تم تقسيم العينة إلى مجموعة ضابطة عرض عليها صور مقترنة بتعليقات بخصوص المظهر، ومجموعة تجريبية عرض عليها نفس الصور مقترنة بتعليقات عن المكان. كما كان متوقعا؛ ارتبط التعرض لتعليقات المظهر بزيادة الاستياء من صورة الجسد أكثر من التعرض لتعليقات المكان، ولم يكن هناك أي تأثير دال احصائيا على التشييء الذاتي، لكن التشييء الذاتي كان قادرا على التنبؤ بالاستياء من صورة الجسد. واستنتج من ذلك أن التعليقات تشكل جزءا هاما من تأثير صور Instagram والتي يحد ذاتها تؤثر على صورة الجسد.

واستهدفت دراسة (Van Vonderen & Kinnally, 2012) فحص العلاقة بين استخدام وسائل الاعلام والاستياء من صورة الجسد جنبا إلى جنب مع تقدير الذات كعوامل داخلي شخصي وتأثير الاقران والخبرات الوالدية كعوامل اجتماعية لدى عينة بلغت: ٢٨٥ طالبة جامعية. تم تطبيق مقاييس التعرض للإعلام والمقارنة الاجتماعية برموز الإعلام وتقدير الذات ومواقف الوالدين والاقربان نحو الشكل والجسد، إضافة إلى مقياس استدماج النموذج الرشيق المثالي والاستياء من صورة الجسد. فوجد أن المقارنة برموز إعلامية ارتبطت باستدماج النموذج الرشيق المثالي للمظهر، ولكن ليس بقوة ارتباطها مع مواقف الأقران وتقدير الذات. وقد لوحظ أن مقارنات الاقران وتقدير الذات أقوى المنبئات على الاستياء من صورة الجسد. وهذا يثبت أن للعوامل الاجتماعية وتقدير الذات تأثير على الاستياء من صورة الجسد أقوى من التأثير غير المباشر لوسائل الاعلام وهو مجال يحتاج لمزيد من الفحص.

وقدمت دراسة (Grabe, Hyde, & Ward, 2008) تحليل بعدي هام لسبعة وسبعين من الدراسات التجريبية والوصفية الارتباطية التي أهتمت بدور وسائل الإعلام في صورة الجسد. ووجدت أن الدراسات تفيد بأن التعرض لوسائل الاعلام التي تؤكد على النموذج الرشيق المثالي للجسد قد يكون مرتبطا بالاستياء من صورة الجسد. ووجدت أن أحجام التأثير لاستدماج النموذج المثالي الإعلامي والمعتقدات والسلوكيات المتعلقة بالمظهر والأكل: من متوسطة إلى ضعيفة، كما تم ضبط تأثير المتغيرات الدخيلة عن طريق سنة النشر وتصميم الدراسة. وتدعم هذه النتائج فكرة أن التعرض لصور وسائل الاعلام التي تؤكد على النموذج المثالي للجسد الرشيق الجميل ترتبط بالقلق على صورة الجسد لدى النساء.

استكشفت دراسة (Bessenoff, 2006) التباين الذاتي (الفجوة بين الذات المثالية والذات الواقعية) والمقارنة الاجتماعية كوسيطين للتأثير السلبي للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر على النساء. تشكلت عينة الدراسة من 112

طالبة جامعية بعضهن بمستوى عالي من الرضا عن صورة الجسد وبعضهن بمستوى منخفض. وقد تم فحص المتغيرات بالتعرض لإعلانات تتضمن صور للنموذج المثالي لجسد المرأة وإعلانات أخرى بصور محايدة. فوجد أن التعرض للنموذج المثالي الإعلامي للجسد في الإعلانات يؤدي إلى زيادة الاستياء من صورة الجسد والمزاج السلبي ومستويات من الاكتئاب وتدني الثقة بالنفس. بالإضافة إلى ذلك توسطت عمليات المقارنة الاجتماعية العلاقة بين التعرض للنموذج المثالي للجسد في الإعلانات والتأثيرات السلبية الذاتية، والجدير بالذكر أن التباين الذاتي هو من يتحكم بهذه الوساطة. النساء اللواتي لديهن مستويات عالية من التباين الذاتي كن أكثر عرضة للانخراط في المقارنة الاجتماعية بعد التعرض لإعلانات تتضمن صور للنموذج المثالي لجسد المرأة.

حددت دراسة (Cafri, Yamamiya, Brannick, & Thompson, 2005) ثلاث عوامل مهمة في تطوير الاستياء من صورة الجسد: الوعي بالنموذج الرشيق للمظهر، استدماج النموذج الرشيق، الشعور بالضغط للوصول للرشاقة. وبالتحليل البعدي تم تقدير قوة العلاقة بين هذه المتغيرات والاستياء من صورة الجسد، كم تم اختبار تأثير العمر والعرق كمتغيرات وسيطة، وتم أيضا مقارنة احجام التأثير التي وجدت في الدراسات الوصفية بتلك التي وجدت في الدراسات التجريبية؛ من أجل الكشف عن مدى تغير أحجام التأثير وفقا لمنهج الدراسة. وأشارت النتائج إلى أن جميع المتغيرات الثلاث ذات علاقة دالة احصائيا بالاستياء من صورة الجسد، وللإستدماج والضغط علاقة أقوى من الوعي بالنموذج. وكانت أحجام التأثير في الدراسات المستعرضة أكبر بكثير من مثيلتها في الدراسات التجريبية والطويلة. ولم يكن للعمر أو العرق وسيطا ذا دلالة إحصائية للعلاقة بين متغيرات الدراسة الثلاث وصورة الجسد.

وقامت دراسة (Yamamiya, Cash, Posavac, & Posavac, 2005) بتجربة للكشف عن مدى التأثير السلبي للتعرض للنموذج الرشيق المثالي لجسد المرأة الذي يبثه الإعلام على صورة الجسد لدى النساء الشابات وحالتهن المزاجية. التجربة فحصت ١٢٣ من طالبات الجامعة بأعمار تراوحت بين ١٨ - ٢٩ سنة تم تقسيم المشاركات بعد استبعاد الراضيات عن أجسادهن من الدراسة إلى مجموعة تجريبية عرضت عليهن ٢٠ صورة لعارضات مأخوذة من مجلات عبر جهاز عرض الشرائح لمدة ٥ دقائق بينما عرض على المجموعة الضابطة صور محايدة للطبيعة. النتائج أكدت على الأثر السلبي للتعرض لصور النموذج الإعلان على صورة الجسد، واستدماج هذا النموذج كتعريف للجمال، وأن ليس لدى جميع النساء حساسية متساوية لهذا التأثير؛ فذوات الاستدماج العالي كن أكثر عرضة لهذا التأثير السلبي. بعد ذلك تم دراسة أثر التثقيف النفسي التوعوي لحث التنافر المعرفي بتعريض المشاركات لتسجيل صوتي لرجل عرف بأنه عالم نفسي وخبير بالموضوع يحثهن على عدم مقارنة أنفسهن بصور وسائل الاعلام فهي ليست حقيقية تماما؛ فوجد أن المجموعة عالية الحساسية والأكثر

استدماجاً للنموذج الإعلامي المثالي حصلت على نتائج إيجابية في مستوى الرضا عن صورة الجسد بعد التثقيف النفسي؛ وهذا يؤكد فعالية التثقيف في خفض الأثر السلبي.

وهدفت دراسة (Hawkins, Richards, Granley, & Stein, 2004) إلى معرفة أثر مشاهدة صور تمثل نماذج إعلامية رشيقة على مشاعر المرأة، وتقديرها لذاتها ورضاهها عن صورة جسدها، وأجريت هذه الدراسة على ١٤٥ طالبة جامعية، وتم فيها تعريض الطالبات لمشاهدة صور لمجلات ذات انتشار واسع تحتوي إما صور أجساد نسائية رشيقة ومثالية لعارضات، أو صور محايدة. أظهرت نتائج الدراسة أن التعرض لصور العارضات الرشيقات أدى إلى تراجع الرضا عن الجسد بدرجة دالة احصائياً، وكذلك تسجيل درجة مرتفعة على مقياس الحالة السلبية للمزاج، وتدني تقبل الذات، وزيادة الدرجة على مقياس أعراض اضطرابات الأكل. وخلصت الدراسة إلى أن التعرض للنماذج المثالية للجسد الأنثوي يسهم في تطوير اضطرابات الأكل عن طريق التسبب بعدم الرضا الجسدي والمزاج السلبي، وتقبل الذات المتدني.

أهتمت دراسة (Thompson & Stice, 2001) التجريبية باستدماج النموذج الرشيق المثالي كعامل يبنى بمشكلات صورة الجسد واضطرابات الأكل، في المرحلة الأولى من الدراسة تم بناء نسخة أولية لمقياس مدى استدماج النموذج الرشيق المثالي للمظهر بناء على مقابلات لمجموعة من الرجال والنساء للوصول لنموذج يصف شكل المرأة الجذابة في عصرنا الحالي. وتم تنقيح وقياس مدى ارتباطه باثنين من المقاييس لدى عينة بلغت: ٦٩ امرأة. في المرحلة الثانية طبقت دراسة استطلاعية وجدت ارتباط طردي بين استدماج هذا النموذج بكلا من صورة الجسد واضطرابات الأكل. المرحلة الثالثة استهدفت قدرة الاستدماج بالتكهن بالاستياء من صورة الجسد واضطرابات الأكل للتعرف على أسبقية حدوث المتغيرات والتحقق من وجود العلاقة السببية. فوجدت النتائج أن الاستدماج تمكن من توقع أعراض الشره العصبي لدى الفتيات. وتوقع اتباع أنظمة غذائية للتنحيف، كما تنبأ بالاستياء من صورة الجسد والتي بدورها أيضاً تنبأت بأعراض الشره العصبي. في المرحلة الرابعة وبعد تقديم برنامج تدخل للتثقيف النفسي يوفر المعلومات عن معالجة الصور في المجلات والتلاعب بالإضاءة والتحكم بالزوايا وجد أن التثقيف يقلل من روااسب الاستدماج. المرحلة الخامسة استهدفت استبعاد دور متغيرات أخرى محتملة قد تفسر النتائج وتم فيها إجراء مقابلات مع النساء الأعلى استدماجاً ومجادلتهم بخصوص النموذج الإعلامي المثالي للمظهر مما أدى إلى انخفاض درجة الاستياء من الجسد لديهن وكذلك خفض من أعراض الشره العصبي وأشارت النتائج إلى أن الاستدماج عامل سببي مهم لمشكلات صورة الجسد واضطرابات الأكل وليس مجرد متغير وسيط بينهما وبين متغيرات أخرى.

• **تعقيب على الدراسات السابقة :**

أفقت دراستي (العبدالله، ٢٠١٣؛ العبادسة، ٢٠١٣) على أثر دال احصائياً لمتغير العمر في تباين درجات صورة الجسد لكنه لم يكن وسيطاً ذا دلالة إحصائية في علاقتها بالتعرض للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر كما أشارت دراسة (Cafri, et al, 2005). ولم تجد نتائج دراسة (العبدالله، ٢٠١٣) فروق ذات دلالة في صورة الجسد بين المتزوجات وغير المتزوجات. وبالنسبة لتأثير الإعلام على الاستياء من صورة الجسد؛ فقد أتفقت معظم الدراسات على الأثر السلبي الذي يحدثه التعرض للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر على مستوى الرضا عن صورة الجسد (Grabe, Hyde, & Ward, 2008; Cafri, Yamamiya, Brannick, & Thompson, 2005; Hawkins, Richards, Granley, & Stein, 2004; Thompson & Stice, 2001; Bessenoff, 2006) كما وجد (العبداسة، ٢٠١٣) وجود علاقة بينه وبين البرامج الإعلامية المشاهدة. وقد قللت نتائج دراستي (القيروتي، ٢٠٠٩) و (Van Vonderen & Kinnally, 2012) من أهمية تأثير التعرض للنموذج الاعلامي المثالي للمظهر واعتبرت أن للعوامل الاجتماعية دور أكثر أهمية في تطوير الاستياء من صورة الجسد.

• **المنهج والعينة :**

وفقاً لأهداف الدراسة وفي ظل الإمكانيات المتوفرة؛ استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بأنواعه: المسحي، والارتباطي، والمقارن؛ لاستقراء النتائج اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة. وقد تم سحب عينة عشوائية من المجتمع مقدارها ٧١٨ امرأة. وهو أكثر بقليل من العدد المطلوب للوصول إلى نتائج صحيحة عند مستوى ثقة ٩٩٪ بحسب معادلة ستيفن ثامبسون لحساب الحجم المناسب للعينة Steven K. Thampson والذي يبلغ ٦٦٥ امرأة.

تكونت عينة الدراسة من ٢٨٩ امرأة غير متزوجة يمثلن ٤٠.٢٥٪ من العينة، مقابل ٤٢٩ امرأة متزوجة يمثلن ٥٩.٧٥٪ من العينة. كما تشمل ٣٢٧ امرأة من الفئة العمرية ١٨ - ٢٩ سنة؛ يمثلن ٤٥.٥٤٪ من العينة، و ٢٢٠ امرأة من الفئة العمرية ٣٠ - ٣٩ سنة؛ يمثلن ٣٠.٦٦٪ من العينة، و ١١٥ امرأة في الفئة العمرية ٤٠-٤٩ سنة؛ يمثلن ١٦.٠١٪ من العينة، و ٦٥ امرأة في الخمسين فما فوق من العمر؛ ويمثلن ٧.٧٩٪ من العينة.

• **أدوات الدراسة :**

قامت الباحثة ببناء استبانتيين لاستخدامهما في قياس متغيري الدراسة وتم تجريبيهما في دراسة استطلاعية على عينة بلغت 37 امرأة من المجتمع المستهدف للتحقق من كفاءتهما السيكومترية.

• **أولاً : استبانة الاستياء من صورة الجسد:**

وهي استبانة تشخيصية محكية المرجع تهدف إلى إعطاء درجة كلية على مستوى فئوي من القياس، من خلال مجموعة من المفردات التقريرية التي تتضمن الإتجاه الذهني للمفحوصة نحو صورة جسدها، ومشاعرها نحوها، والسلوكيات التي تقيد بمدى استيائها منها. يقابلها مقياس متدرج الشدة

بطريقة ليكرتمكون من 5 بدائل تعبر عن مدى تواتر انطباق العبارة على المستجيبية (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، إطلاقاً)، وقد تم إعداد هذه الاستبانة رغم توفر عدد من المقاييس العربية والأجنبية في هذا المجال وذلك لأن مصلحة الدراسة تقتضي استخدام أداة تشخيصية تعتمد تعريف الجسد ككل والذي يتضمن ملامح الوجه ولون البشرة ولون وطبيعة الشعر وهيئة الجسد وتقاسيمه وحجمه ووزنه في الوقت الذي تركز معظم المقاييس المتعلقة بالموضوع على حجم الجسد ووزنه فقط.

• كفاءتها السيكمترية :

• مؤشرات الثبات :

◀ تم حساب معامل كرونباخ الفا لتحليل التباين الكلي وقد بلغت قيمته: ٩٤٤.٠ وهي قيمة عالية ودالة عند مستوى: ٠.٠٠١.

◀ التجزئة النصفية: تم تقسيم مفردات الاستبانة إلى نصفين ضم النصف الأول المفردات ذات الرقم الفردي والنصف الآخر ضم المفردات ذات الرقم الزوجي وبحساب معامل الارتباط بين درجات نصفي الاستبانة وجد أنه يساوي: ٠.٨١٢ وبسبب تقارب معاملي الاتساق الداخلي وقيمة التباين في المشاهدات بين نصفي الاختبار؛ تم تصحيح هذا المعامل باستخدام معادلة سبيرمان - براون المخصصة لحالة تساوي عدد المفردات بين نصفي الاختبار؛ وقد بلغت قيمة الثبات بعد التصحيح: ٠.٨٩٦ وهي قيمة مطمئنة ودالة عند مستوى: ٠.٠٠١.

◀ الثبات بإعادة الإجراء: تم إعادة تطبيق الاستبانة على العينة الاستطلاعية بعد أسبوعين وقد بلغ معامل الارتباط بين درجات التطبيق الأول والثاني: ٠.٧٩٥ وهي قيمة جيدة ودالة عند مستوى: ٠.٠٠١.

• مؤشرات الصدق :

◀ صدق التكوين: يفترض في هذه الاستبانة صدقها تكويناً حيث قام عدد من المحكمين بمراجعتها والتحقق من تمثيل المفردات للموضوع الذي تقيسه ومدى ملائمتها للمجتمع المستهدف وسلامة صياغتها ووضوح معناها وصحة ترميزها.

◀ الصدق التجريبي التلازمي: تم استخدام قائمة مخططات المظهر (The Appearance Schemas Inventory) كمحك للاستدلال على الصدق التجريبي التلازمي وذلك من خلال قياس معامل الارتباط بين درجاتها ودرجات هذه الاستبانة على العينة الاستطلاعية والذي بلغت قيمته: ٠.٧٩٤ وهي قيمة مطمئنة ودالة عند مستوى: ٠.٠٠١ وتشير إلى وجود ارتباط طردي قوي بين درجتيهما.

◀ الصدق التمييزي: بالمقارنة الطرفية بين من حصلوا على أعلى الدرجات وأقل الدرجات في العينة يمكن الاستدلال على فاعلية الاستبانة في التمييز بين الأفراد بحسب السمة المقاسة، وللتحقق من ذلك تم تطبيق اختبارات لقياس الفروق في درجات العينات المستقلة، وكانت النتائج كما بالجدول (١):

جدول (١) : الصدق التمييزي لاستبانة الاستياء من الجسد

المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الأحرف المعيارية	قيمة ت	مستوى الدلالة
المجموعة الدنيا	٩	٢٢.٥٥	٣.١٢٦	١٣.٠٢٥-	٠.٠١
المجموعة العليا	٩	٦٥.٣٣	٧.١٢٣		

« صدق المحتوى: للتحقق من صدق المحتوى تم حساب معاملات الارتباط البينية لمكوناتها كما بالجول (٢):

• ثانياً: استبانة مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر

وهي استبانة تشخيصية محكية المرجع تهدف إلى إعطاء المفحوصة درجة كلية على مستوى فتوي من القياس، من خلال مجموعة من المفردات التقريرية التي تشير إلى مدى حساسيتها للتأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر، يقابلها مقياس متدرج الشدة بطريقة ليكرت مكون من ٤ بدائل تعبر عن مدى موافقة المفحوصة على العبارة (أوافق بشدة، أوافق، أعارض، أعارض بشدة). وقد تم إعداد هذه الاستبانة بسبب تعذر الحصول على مقاييس عربية أو أجنبية عن الموضوع تناسب البيئة المحلية.

جدول (٢) : صدق المحتوى لاستبانة الاستياء من الجسد

البيد	المفردة	ارتباطها بالبيد	ارتباطها بالدرجة الكلية	ارتباط البعد بالدرجة الكلية
المكون الذهني	اعتقد بأن هناك فرق بين شكلي الحالي وما أريد أن أكون عليه.	**٠.٧٥٥	**٠.٠٦٤	**٠.٨٧٣
	مظهري الخارجي مسؤول عما يحدث لي من معاناة	**٠.٧٢٨	**٠.٠٦٨٩	
	اعتقد بأن حياتي ستكون أفضل لو كان شكلي أجمل	**٠.٨٣٢	**٠.٠٧٩٤	
	لا أصدق تعليقات الآخرين الإيجابية واستحسانهم لشكلي واعتبرها مجرد مجاملة.	**٠.٧٦١	**٠.٠٥٤٤	
	تراودني أفكار سلبية تتعلق بشكلي وهينة جسدي	**٠.٧٧٧	**٠.٠٨١٨	
	يعتبرني الآخرين جميلة ولا أظن أنني كذلك	**٠.٦٥٥	**٠.٠٦٥٠	
المكون الوجداني	اشعر بأنني جميلة ومتألقة	**٠.٧٧٨	**٠.٠٧٢٠	**٠.٩٦٦
	لكي أحب نفسي على إجراء بعض التغييرات في شكلي	**٠.٦٩٣	**٠.٠٦٦٦	
	أحب شكلي على ما هو عليه.	**٠.٨٤٣	**٠.٠٨٠٩	
	اشعر بالنفور والانعراج عند مشاهدة صوري	**٠.٦٤٤	**٠.٠٥٩١	
	أعاني من الضيق بسبب جزء اعتبره قبيح في شكلي (انفي أو جبهتي أو أفخاذي أو .. الخ)	**٠.٧٨٩	**٠.٠٨١٤	
	اشعر بالخجل من حجم جسدي وقياس ملايسي	**٠.٤٧١	**٠.٠٥٧١	
	أقلق أكثر من اللازم من انطباع الآخرين عن شكلي	**٠.٨٥٥	**٠.٠٨٤٠	
	اشعر بالحرج الشديد من عيوبي	**٠.٨٦٠	**٠.٠٨٧٩	
	عندما أقابل شخص للمرة الأولى اتساءل عما يفكر به حيال مظهري	**٠.٤٧٠	**٠.٠٤٩٠	
	لا أبالي برأي الآخرين تجاه شكلي	**٠.٥٣٧	**٠.٠٤٣٦	
المكون السلوكي	اشعر بأنني متصالحة مع عيوب مظهري	**٠.٨٢٨	**٠.٠٧٤٦	**٠.٨٩٧
	يشغلني شكلي عندما أكون بصحبة الآخرين	**٠.٦٧٥	**٠.٠٧٥٨	
	أفحص شكلي في المرآة والأسطح العاكسة كلما سنحت لي الفرصة	**٠.٧٠٥	**٠.٠٤٨٣	
	ارتياحي في ملايسي أهم من الطريقة التي سابدو عليها و أنا ارتديها	**٠.٥٣٣	**٠.٠٤٩٨	
	في المناسبات الاجتماعية أتفقد شكلي و أتأكد من إخفاء عيوبي.	**٠.٨٤٣	**٠.٠٧٨٤	
	أتجنب حضور المناسبات خوفاً من تقييم الآخرين لشكلي.	**٠.٦١٢	**٠.٠٦٥٣	
	أجازف بصحتي في سبيل الوصول لمظهر مثالي.	**٠.٥٤٣	**٠.٠٣٨٤	
	لا أخرج قبل أن أتأكد من إخفاء أو تمويه عيوبي	**٠.٨٣٨	**٠.٠٧٢٠	

• مؤشرات الثبات :

◀◀ بحساب معامل كرونباخ الفا وجد أن قيمته تساوي :٠.٨٢٤ وهي قيمة عالية ودالة عند مستوى:٠.٠٠١.

◀◀ تم إعادة تطبيق الاستبانة على العينة الاستطلاعية بعد أسبوعين وقد بلغ معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني:٠.٨٢٧ وهي قيمة عالية ودالة عند مستوى:٠.٠٠١.

◀◀ التجزئة النصفية: تم تقسيم مفردات الاستبانة إلى نصفين ضم النصف الأول المفردات ذات الرقم الفردي والنصف الآخر ضم المفردات ذات الرقم الزوجي وبحساب معامل الارتباط بين درجات نصفي الاستبانة وجد أنه يساوي ٠.٧٥٦ وبسبب الفرق في معاملي الاتساق الداخلي وقيمة التباين في المشاهدات بين نصفي الاختبار؛ تم تصحيح هذا المعامل باستخدام معادلة جتمان التي لا تأخذ في الاعتبار ثبات كل نصف أو الفرق في قيمة التباين بين النصفين وقد بلغت قيمة الثبات بعد التصحيح:٠.٨٥١ وهي قيمة مطمئنة ودالة عند مستوى:٠.٠٠١.

• مؤشرات الصدق :

◀◀ صدق التكوين : تم تعديل الصورة الأولية للاستبانة في ضوء ملاحظات المحكمين، وأبدورضاهم عن ملائمتها للمجتمع المستهدف، و سلامتها اللغوية، ووضوح معناها، وجودتها التمييزية، وملاءمة ترميزها.

◀◀ الصدق التمييزي : بالمقارنة الطرفية بين من حصلوا على أعلى الدرجات وأقل الدرجات في العينة يمكن الاستدلال على فاعلية الاستبانة في التمييز بين الأفراد بحسب السمة. وقد تم تطبيق اختبارات و النتائج في الجدول (٣):

جدول (٣) : الصدق التمييزي لاستبانة مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر

المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
المجموعة الدنيا	٩	٤.٥٥	١.٧٤	-١٦.٤٩٥	٠.٠١
المجموعة العليا	٩	٢٣.١١	٢.٨٩		

◀◀ صدق المحتوى: للتحقق من صدق المحتوى تم حساب معاملات الارتباط البينية لمكوناتها كما بالجدول (٤):

• النتائج :

• السؤال الأول: ما مدى انتشار الاستياء من صورة الجسد لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم الكشف عن النسب المئوية للتعرف على مدى انتشار الاستياء من صورة الجسد في العينة، واستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتعرف على النزعة المركزية للبيانات وتشتتها. كما يتبين في الجدول (٥):

جدول (٤) : صدق المحتوى لاستبانة مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر

الرتباط البعد	الرتباطها بالدرجة الكلية	الرتباطها بالبعد	المفردة	البعد
**٠.٨٧٣	**٠.٤٩٥	**٠.٥٤٤	جمال مظهرك مطلب مهم لتكون محبوباً ونجاحاً	استمحاء النموذج الإعلامي المثالي للمظهر
	**٠.٥٩٧	**٠.٥٥٧	المشهورات يقدمن أنفسهن كمثل أعلى للمظهر وينبغي الاقتداء بهن في ذلك	
	**٠.٦١٠	**٠.٦٢٢	النساء الرشيقات الجميلات أكثر نجاحاً	
	**٠.٥٦٢	**٠.٦٢٢	الصورة التي تحاول المشهورات ايصالها لنا عن اشكالهن مضللة ولا تمثل حقيقة الأمر	
	٠.٢٣٠	**٠.٤٤٦	المشهورات لديها فريق كامل للعناية بمظهرها، إذا استبعدنا هذا الفريق سيبدو شكلها كأى شخص عادي	
	**٠.٥٥٧	**٠.٤٧٤	يقدم لنا الإعلام نموذج مثالي للمظهر علينا محاكاته لنبدو بأفضل صورة	
	٠.٢٨٩	**٠.٤٥١	المكياج والفلاتر والفوتوشوب تعطينا تصور مثالي غير واقعي لأشكال المشهورات.	
	٠.٢١٢	*٠.٣٨٩	المشهورات جميلات حتى في الواقع بدون مكياج وفلاتر وفوتوشوب	
**٠.٩٠٠	**٠.٤٨٠	**٠.٥١٢	من لا تتشبه بالمشهورات في المظهر متأخرة حضارياً ولا تواكب التطور	المقارنة الاجتماعية بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر
	**٠.٥٦٧	**٠.٦٧٨	حين أقرن شكلي بالمشهورات أشعر بالخجل من نفسي.	
	**٠.٤٧٤	**٠.٥٢٠	ليس بالضرورة أن يكون مظهري مثل المشهورات لأكون راضية عن نفسي	
	**٠.٦٨٢	**٠.٧٥٢	أتمنى لو أن لدي المال الكافي لأصل لمظهر المشهورات	
	**٠.٤٦٣	**٠.٤٧٦	تقليد المشهورات ليس هدفاً بالنسبة لي	
	**٨٣٢.٠	**٠.٨٦٢	كلما كان شكلي أقرب للمشهورات كلما زاد رضاي عن نفسي	
	**٠.٥٨٤	**٠.٧٦٣	صور المشهورات تجعلني أشعر بعدم الرضا عن شكلي	
	**٠.٧٦٨	**٠.٧٧٣	أود لو يصبح شكلي مثل المشهورات	

جدول (٥) : نتائج السؤال الأول

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	
١٩.٦٣	٣٣.٠٠	٪٢٣.٤	المستاءات من صورة أجسادهن
		٪٧٦.٦	الراضيات عن صورة أجسادهن

وجد أن الحاصلات على درجة القطع فأعلى في مقياس الاستياء من صورة الجسد يمثلن ٪٢٣.٤ من العينة. والحاصلات على درجة أقل من درجة القطع يمثلن ٪٧٦.٦ وتم تصنيفهم كراضيات عن صورة أجسادهن. أما بالنسبة لطبيعة توزيع بيانات الاستياء من صورة الجسد وجد أن لها نزعة للتمركز حول الدرجة ٣٣ والتي تقل عن درجة القطع المحددة، وتؤكد ميل العينة بشكل عام لتقبل صورة الجسد، وتشير إلى إلتواء منحنى البيانات نحو اليسار. أما بالنسبة لتشتت البيانات فقد بلغت قيمة الانحراف المعياري: ١٩.٣٦؛ وتعتبر قيمة كبيرة تشير إلى التوزيع الحر للبيانات الذي لا يخضع للتوزيع الاعتمالي.

وتعتبر نسبة انتشار قليلة مقارنة بالنسب الموجودة في ثقافات أخرى؛ فقد ذكر (الدسوقي، ٢٠٠٦) أن كاش ورفاقه Cash et al في عام 1985 قاموا بإجراء مسح

قومي لتحديد مدى الرضا عن صورة الجسد لدى مجموعة قوامها: ٣٠.٠٠٠ شخص تم انتقاء ٢٠٠٠ منهم يمثلون التوزيع الخاص بالجنس والنوع والعمر؛ وكشفت النتائج أن كل امرأتين من بين خمسة، وكل رجل من بين ثلاث؛ كانوا غير راضين عن مظهرهم العام. وقد أعاد كاش وزميلته (Cash & Henry, 1995) المسح في عام 1993 على عينة بلغت: ٨٠٣ امرأة من النساء البالغات في الولايات المتحدة، وتم تطبيق نفس الاستبيان الذي استخدم في الثمانينات. أشارت النتائج إلى مستويات كبيرة من الاستياء من صورة الجسد، فقد وجد أن ما يقرب من نصف النساء أبلغن عن تقييمات سلبية لمظهرهن. في حين أن تأثير العمر كان ضئيلاً، وقد تم العثور على فروق تعود لاختلاف العرق. وقد قام غارنر ورفاقه بإجراء استفتاء عن صورة الجسد شمل زوار موقع Psychology Today من كل ولاية في الولايات المتحدة بالإضافة إلى زوار من أوروبا، وفلسطين المحتلة، وبورتوريكو، والمملكة العربية السعودية، وجنوب أفريقيا، ونيوزلندا، وبيرو، وأستراليا، واليابان، والصين. وقد تم إجراء التحليلات الإحصائية على أول ٤٠٠٠ استجابة فوجد أن ٦٥٪ من النساء في العينة يعانين الاستياء من صورة الجسد. (Garner D. , 2017; Garner D. M., 1997).

• السؤال الثاني: ما مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم الكشف عن النسب المئوية للتعرف على مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر في العينة، واستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتعرف على النزعة المركزية للبيانات وتشتتها.

جدول (٦) : نتائج السؤال الثاني

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	
٧.٥٣	١٢.٦٣	٢٨٪	ذوات الحساسية العالية للتأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر
		٧٢٪	ذوات الحساسية المنخفضة للتأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر

تم تصنيف الحاصلات على أعلى من درجة القطع في استبانة مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر بذوات الحساسية العالية للتأثر بالنموذج ويمثلن: ٢٨٪ من العينة. والحاصلات على درجة القطع أدنى صنفن بذوات الحساسية المنخفضة للتأثر بالنموذج الاعلامي المثالي للمظهر ويمثلن: ٧٢٪. أما بالنسبة لطبيعة توزيع بيانات مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر فقد وجد أن لها نزعة للتمركز حول الدرجة: ١٢.٦٣ والتي تقل عن درجة القطع المحددة، وتؤكد ميل العينة بشكل عام لعدم التأثير بالنموذج، وتشير إلى التواء منحني البيانات نحو اليسار. أما بالنسبة لتشتت البيانات فقد بلغت قيمة الانحراف المعياري: ٧.٣٥؛ وتعتبر قيمة كبيرة بالنسبة للدرجة الكلية، وتؤكد تشتت البيانات وتشير إلى توزيعها الحر.

وترى الباحثة أن النسبة أقل مما كانت تتوقع ويمكن تفسير ذلك في ضوء عدة عوامل قد تكون أثرت على النتائج: فربما أثرت المرغوبية الاجتماعية على الاستجابات؛ حيث تميل المفضوعة إلى اختيار الاستجابة المرغوبة اجتماعيا والتي تعتبرها صحيحة لا الاستجابة التي تمثل حقيقة رأيها في الواقع، بشكل مقصود أو غير مقصود؛ لنقص استبصارها بما هي عليه في الواقع، أو إنكارها لتأثير الاعلام عليها، أو عدم رغبتها في مواجهة هذه الحقيقة. بالإضافة إلى الدعاية السلبية التي يوجهنها مشهورات الإعلام الاجتماعي في الفترة الأخيرة وتراجع شعبيتهن نتيجة لها؛ بعد انتشار عدد من الوسوم التي تحذر من تأثيرهن في موقع تويتر Twitter للتواصل الاجتماعي وهو الأكثر شعبية وتأثيرا لدى السعوديين، واستهدفت الوسوم التحذير من تقليدهن واتخاذهن كقدوات اجتماعية؛ مما ساهم في رفع مستوى الوعي، وعزز قيم التفرد لدى السعوديات مؤخرا. من جانب آخر؛ فمعايير الجمال في الإعلام العربي التقليدي والاعلام الاجتماعي الحديث أقل صرامة وبعدا عن الواقع من الإعلام الغربي؛ والذي يركز بشدة على النحافة، والسيقان الطويلة، والأجساد التي تتشابه مع عارضات الأزياء، كما يركز على ملامح خالية من العيوب وقريبة من المثالية ويصعب أن نجد مثلها الكثير في الواقع. الإعلام العربي لا يشدد على هذه المعايير بنفس الصرامة؛ ونظرة إلى الفرق بين أجساد النساء في الإعلانات التلفزيونية العربية والإعلانات الغربية قد تؤكد هذا الرأي.

• **السؤال الثالث: هل هناك علاقة بين الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟**

ولإجابة عن هذا التساؤل تم اختبار صحة الفرض الصفري التالي:

• **لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر.**

وتم استخدام معامل ارتباط سبيرمان للكشف عن درجة العلاقة بين متغيرين واتجاهها في البيانات اللابارامترية؛ بسبب عدم انطباق شروط معامل ارتباط بيرسون على البيانات، وتمثلت النتائج في الجدول (٧):

جدول (٧) : نتائج الفرض الصفري المرتبط بالسؤال الثالث

قيمة R	قيمة α	الدالة	مستوى الدلالة	اتجاه العلاقة	قوتها
٠.٥١٣	٠.٠٠٠	دالة	٠.٠١	طردية	متوسطة

للاستدلال على وجود علاقة بين الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر تم قياس ارتباط درجات المتغيرين لدى العينة بواسطة معامل ارتباط سبيرمان والذي أسفر عن وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة دالة إحصائيا عند مستوى: 0.01؛ بمعنى أن هناك تغير اقتراني بينهما والتزايد في درجات التأثير بالنموذج المثالي الإعلامي للمظهر يصحبه تزايد في درجات الاستياء من صورة الجسد والعكس صحيح.

وتبدو هذه النتيجة منطقية ومتوقعة إلى حد كبير حيث أتفقت معظم الدراسات في هذا المجال على التلازم بين التعرض للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر والاستياء من صورة الجسد: (Grabe, Hyde, & Ward, 2008; Cafri, Yamamiya, Brannick, & Thompson, 2005; Hawkins, Richards, Granley, & Stein, 2004; Thompson & Stice, 2001; Bessenoff, 2006) كما وجد (العبادسة، ٢٠١٣) وجود علاقة بينه وبين البرامج المشاهدة. وقد قللت نتائج دراستي (القيروتي، ٢٠٠٩) و (Van Vonderen & Kinnally, 2012) من أهمية تأثير التعرض للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر واعتبرت أن للعوامل الاجتماعية دور أكثر أهمية في تطوير الاستياء من صورة الجسد.

وتؤكد هذه النتيجة العلاقة في البيئة المحلية، وتكمل سلسلة الأبحاث العالمية التي لمست هذه المشكلة، وتعد خطوة في سبيل الجهود التي تحذر من دور النموذج الإعلامي المثالي للمظهر في انتشار الاستياء من صورة الجسد والذي يعتبر قوة دافعة نحو العديد من الاضطرابات النفسية مثل: القلق، الاكتئاب، الرهاب الاجتماعي، اضطرابات الأكل.

• السؤال الرابع: هل هناك فروق في درجة الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر وفقاً لفئة العمرية لدى النساء في منطقة مكة المكرمة؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم اختبار صحة الفرضين الصفرين كما يلي:

• لا توجد فروق دالة احصائياً في درجة الاستياء من صورة الجسد تعزى لمتغير العمر.

وتم استخدام اختبار كروسكال واليس لإيجاد دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية المتعددة في البيانات اللابارامترية؛ بسبب عدم انطباق شروط استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي على البيانات، وتمثلت النتائج في الجدول (٨):

جدول (٨) : نتائج الفرض الصفرى الأول المرتبط بالسؤال الرابع

العينات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة Chi-Square	درجات الحرية df	قيمة α
٢٩-١٨	٣٢٧	٣٣.٥٥	٢٠.٥٥	٢٠.٢٩	٣	٠.٥٧
٣٩-٣٠	٢٢٠	٣٣.٧٠	١٨.٤١			
٤٩-٤٠	١١٥	٣٠.٥٧	١٧.٦٣			
٥٠ فأكثر	٥٦	٣٢.٠٤	١٩.٢٢			

بلغت قيمة مربع كاي: ٢٠.٢٩ وبلغت قيمة α : ٠.٥٧. وتعتبر قيمة كبيرة من الشك أكبر من مستوى الدلالة ٠.٠٥ مما يرجح قبول الفرض.

وتعارض هذه النتيجة مع ما جاءت به دراستي (العبدالله، ٢٠١٣: العبادسة، ٢٠١٣)؛ حيث وجد العبادسة علاقة ارتباطية بين العمر وصورة الجسد لم ترق إلى أن تكون علاقة تنبؤية؛ ويمكن تفسير التعارض مع دراسته في كونها طبقت على

النموذج إلى الجميع بفضل الإعلام الاجتماعي الحديث، وتأثيرهن بنفس القدر على مختلف الفئات العمرية. كما أن التقدم الذي وفرته التكنولوجيا الحديثة وتعدد خيارات المتابعة يجعل النساء أكثر ميلاً لمتابعة من يقدمن محتوى يتناسب مع اهتماماتهن ولا يقتصر تركيزه على المظهر، بعكس الإعلام التقليدي في الثمانينات والتسعينات وبداية الألفية الميلادية والذي يفرض عليهن مشاهدة محتوى يؤكد على النموذج الإعلامي المثالي للمظهر عبر وسائل إعلامية محدودة (التلفزيون، والصحف، والمجلات).

• السؤال الخامس: هل هناك فروق في درجة الاستياء من صورة الجسد ومدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر بين المتزوجات وغير المتزوجات من النساء في منطقة مكة المكرمة؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم اختبار صحة الفرضين الصفرين كما يلي:

• لا توجد فروق دالة احصائية في درجة الاستياء من صورة الجسد بين المتزوجات وغير المتزوجات.

وتم استخدام اختبار مان ويتني لإيجاد دلالة الفرق بين متوسطين حسابيين في البيانات اللابارامترية بسبب عدم انطباق شروط استخدام اختبارات على البيانات، وتمثلت النتائج في الجدول (١٠):

جدول (١٠): نتائج الفرض الصفرى الأول المرتبط بالسؤال الخامس

العينات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة U	قيمة α
غير متزوجات	٢٨٩	٣٥.٤٠	٢١.٣١	٥٦٨٠٤.٥٠٠	٠.٠٥٧
متزوجات	٤٢٩	٣١.٣٨	١٧.٧٧		

قيمة U تساوي ٥٦٨٠٤.٥٠٠، وقيمة α التي تمثل مستوى الشك بلغت ٠.٠٥٧ وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة ٠.٠٥ مما يرجح قبول الفرض.

هذه النتيجة تتوافق مع ما جاءت به دراسة (العبده، ٢٠١٣) والتي طبقت في البيئة السورية، وأفادت بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجات وغير المتزوجات في الاستياء من صورة الجسد. كما أفادت دراسة (Friedman, et al, 1999) والتي تهدف إلى الكشف عن تأثير الحالة الزوجية على صورة الجسد بنفس النتيجة أيضاً فوجدت أن الحالة الزوجية لا ترتبط بزيادة الاستياء من صورة الجسد. ويمكن تفسير النتيجة الحالية من خلال أسلوب حياة المرأة العصرية وارتفاع مستوى تعليمها وبالتالي وعيها؛ فقد لا تستمد ثققتها بمظهرها من حالتها الزوجية أو رأي زوجها.

• لا توجد فروق دالة احصائية في مدى التأثير بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر بين المتزوجات وغير المتزوجات.

وتم استخدام اختبار مان ويتني لإيجاد دلالة الفرق بين متوسطين حسابيين في البيانات اللابارامترية بسبب عدم انطباق شروط استخدام اختبارات على البيانات، وتمثلت النتائج في الجدول (١١):

جدول (١١) : نتائج الفرض الصفري الثاني المرتبط بالسؤال الخامس

العينات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة U	قيمة α
غير متزوجات	٢٨٩	١٣.٠٨	٧.٩٣	٥٩٦٥٩.٥٠٠	٠.٣٩
متزوجات	٤٢٩	١٢.٣٣	٧.٢٣		

قيمة U تساوي ٥٩٦٥٩.٥٠٠، وقيمة α التي تمثل مستوى الشك بلغت ٠.٣٩؛ وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة ٠.٠٥ مما يرجح قبول الفرض الصفري.

وتعتبر هذه النتيجة عن عدم وجود علاقة بين الحالة الاجتماعية ومدى التأثر بالنموذج الإعلامي المثالي للمظهر حيث تتعرض المتزوجات وغير المتزوجات بنفس القدر للنموذج الإعلامي المثالي للمظهر وبالتالي سيحصلن على نفس التأثير.

• الخاتمة :

في ضوء هذه النتائج؛ يمكن الاستدلال على العلاقة بين الإعلام بنوعيه التقليدي والاجتماعي الحديث، والاستياء من صورة الجسد في البيئة المحلية. حيث أنه يحدد للمرأة معايير الجمال، ويؤكد على أهمية الوصول لمظهر مثالي، ويحثها على العمل على التخلص من عيوبها الشكلية، ويذكرها باستمرار بما يجب أن تصبح عليه وكيف ينبغي أن تبدو، ويدفعها للسعي المحموم نحو أسطورة النموذج المثالي للمظهر من أجل أن تكون محبوبة، ومقبولة، وتحظى بالتقدير والمكانة.

إلا أن الباحثة تنوه إلى أنه؛ لا يمكن من خلال هذه النتائج الجزم بالتفسير السببي فقد يمثل أحد العوامل التي المكونة للضغوط الثقافية والاجتماعية التي تسبب الاستياء من صورة الجسد؛ وهي بذلك تؤكد على النظرية التوليفية ووجهة النظر التي تعتقد بتكامل العوامل المسببة للظواهر النفسية. وتوصي أخيراً بوضع الاستياء من صورة الجسد تحت مجهر البحث العلمي في المجتمع المحلي لتفحص أسبابه وآثاره.

• التوصيات :

- ◀ إجراء المزيد من الدراسات للكشف عن العوامل التربوية التي تنمي الاستياء من صورة الجسد.
- ◀ العمل على المزيد من الدراسات التي لا تحصر مفهوم صورة الجسد في زاوية ضيقة وتهتم بالرضا عن حجم الجسد ووزنه فقط.
- ◀ اتخاذ مواقف رسمية وشعبية ضد تركيز وسائل الإعلام على الجاذبية الجسدية، ورفع الوعي بخصوص دورها في تحديد معايير الجمال التي يتبناها المجتمع، ووسائلها المباشرة وغير المباشرة التي تضغط على النساء لتحقيق هذه المعايير.
- ◀ نشر التثقيف النفسي بخصوص الاستياء من صورة الجسد، واتساع مفهوم الجمال، ونقد وتحليل رسائل الإعلام لرفع مستوى الوعي في هذا المجال.

◀ توعية أطباء التجميل بأهمية التقييم السيكولوجي لطالبات التجميل دون حاجة حقيقية، وتشجيع التعاون بين العيادات النفسية وعيادات التجميل.
 ▶ عدم المبالغة في التحذير من السمنة الشائعة، والدعوة إلى الحفاظ على السلوكيات الصحية مع الأخذ في الاعتبار ألا تنطوي هذه الدعوة على تفضيل النحافة للتوافق مع نموذج الجسد المثالي، والحرص على عدم تكوين اتجاه ضد الشخص السمين قد يتسبب في شعوره بالاستياء من صورة الجسد، والرفض والنبد من المجتمع.

• قائمة المراجع :

- نوفل، ناصر (٢٠١٦). صورة الجسد والاعتراب النفسى وعلاقتها بالقلق والاكتئاب لدى المعاقين بصريا. رسالت ماجستير . غزة: الجامعة الاسلامية.
 الحمد، نايف؛ بدارنه، مهدي (نيسان، ٢٠١٣). تقدير صورة الجسد وعلاقته بتقبل الذات لدى طالبات كلية إربد الجامعية. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، (٢)، ٤٠٣-٣٨٧.
 الدسوقي، مجدي (٢٠٠٦). اضطرابات صورة الجسم. القاهرة: مكتبة الانجلو القبروتي، عبير (٢٠٠٩). صورة الجسد والتشبيح الأذاتي لدى المرأة الأردنية في مدينة عمان. رسالت ماجستير غير منشورة. عمان، الأردن: الجامعة الأردنية.
 العبادسة، أنور (٢٠١٣). الرضا عن صورة الجسم وعلاقته بالاكتئاب لدى عينت من المراهقات الفلطينيات بقطاع غزة. مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ٤١-٦٣.
 العبدالله، فايزة (٢٠١٣). صورة الجسد لدى المرأة وعلاقتها ببعض متغيرات الشخصية. دراسات نفسية، ٨، ٨٢-٩٥.

- AMA. (2011). Retrieved from American Medical Association:
<https://www.ama-assn.org/ama/pub/news/news/a11-new-policies.page>
 Bessenoff, G. R. (2006). CAN THE MEDIA AFFECT US? SOCIAL COMPARISON, SELF-DISCREPANCY, AND THE THIN IDEAL. *Psychology of Women Quarterly, 30*(3), 239-251.
 Briggs, H. (2014, April 10). 'Selfie' body image warning issued. Retrieved from BBC News: <https://www.bbc.com/news/health-26952394>
 Cafri, G., Yamamiya, Y., Brannick, M., & Thompson, J. (2005). The influence of sociocultural factors on body image: A meta-analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice, 12*, 412-433.
 Carlino, A. (1999). *Books of the body*. Chicago: University of Chicago Press.
 Cash, F. T., & Henry, E. P. (1995, July). Women's body images: The results of a national survey in the U.S.A. *Sex Roles, 33*(1-2), 19-28.
 Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (1990). *Body Images: Development, Deviance, and Change*. New York: Guilford Press.

- Dittmar, H., & Howard, S. (2004). Thin-Ideal Internalization and Social Comparison Tendency as Moderators of Media Models' Impact on Women's Body-Focused Anxiety Read More: <https://guilfordjournals.com/doi/abs/10.1521/jscp.23.6.768.54799>. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*(6), 768-791.
- Garner, D. (2017, Sep 14). *Body Image in America: Survey Results*. Retrieved from Body Image: <https://www.psychologytoday.com/us/articles/199702/body-image-in-america-survey-results>
- Garner, D. M. (1997). Body image survey results. *PSYCHOLOGY TODAY, 30*, 30-45.
- Grabe, S., Hyde, J. S., & Ward, M. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin, 134*(3), 460-476.
- Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2003). Longer-term implications of responsiveness to thin-ideal television: Support for a cumulative hypothesis of body image disturbance. *European Eating Disorders Review, 11*, 465-477.
- Hawkins, N., Richards, P. S., Granley, H. M., & Stein, D. M. (2004). The impact of exposure to the thin-ideal media image on women. *Eating disorders, 12*(1), 35-50.
- Karasu, S. R. (2015, Oct 15). *The "False Creation" of Body Image Distortions*. Retrieved from Psychology Today: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-gravity-weight/201510/the-false-creation-body-image-distortions>
- Kilpela, L. L., Becker, C. C., Carolyn, N., & Stewart, T. (2015). Body image in adult women: moving beyond the younger years. *Advances in Eating Disorders, 3*(2), 144-164.
- Moitra, E., Herbert, J. D., & Forman, E. M. (2008). Behavioral avoidance mediates the relationship between anxiety and depressive symptoms among social anxiety disorder patients. *Journal of Anxiety Disorders, 22*(7), 1205-1213.
- Nelson, S., Kling, J., Wängqvist, M., Frisén, A., & Moin, y. (2018). Identity and the body: Trajectories of body esteem from adolescence to emerging adulthood. *Developmental Psychology, 54*(6), 1159-1171.
- Smolak, L. (2004). Body image in children and adolescents: where do we go from here? *Body Image, 15*-28.
- Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2011). Contingencies of Self-Worth and Social-Networking-Site Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(1-2), 41-49.
- Stormer, S., & Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: A test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders, 19*, 193-202.

- Thompson, J. K., Cattarin, J. A., Thomas, C., & Williams, R. (2000). Body image, mood, and televised images of attractiveness: The role of social comparison. *Journal of Social and Clinical Psychology, 19*(2), 220-239.
- Thompson, J. K., Heinberg, L., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance*. Washington DC: American Psychological Association.
- Thompson, K., & Stice, E. (2001, Oct). Thin-Ideal Internalization: Mounting Evidence for a New Risk Factor for Body-Image Disturbance and Eating Pathology. *CURRENT DIRECTIONS IN PSYCHOLOGICAL SCIENCE, 10*(5), 181-183.
- Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). "You look great!": The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women's body image. *Body Image, 27*, 61-66.
- Tiggemann, M., & Dohnt, H. (2006). Body Image Concerns in Young Girls: The Role of Peers and Media Prior to Adolescence. *Journal of Youth and Adolescence, 35*(2), 135.
- Tiggemann, M., & McGill, B. (2004). The Role of Social Comparison in the Effect of Magazine Advertisements on Women's Mood and Body Dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*, 23-44.
- Van Vonderen, K. E., & Kinnally, W. (2012). Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure in the Broader Context of Internal and Other Social Factors. *American Communication Journal, 14*(2), 41-75.
- Voelker, D., Reel, J., & Greenleaf, C. (2015, Aug 25). Weight status and body image perceptions in adolescents: current perspectives. *Adolescent health, medicine and therapeutics, 6*, pp. 194-158.
- Well, T. (2018, Apr 16). *Dealing With Body Image Issues*. Retrieved from Psychology Today:
<https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-clarity/201804/dealing-body-image-issues>
- Wood-Barcalow, N., Tylka, T., & Augustus-Horvath, C. (2010). "But I Like My Body": Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image, 7*, 106-1016.
- Yamamiya, Y., Cash, T. F., Posavac, H. D., & Posavac, S. S. (2005). Women's exposure to thin-and-beautiful media images: Body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions. *Body image, 1*(2), 74-80.

