

## العلاقة بين تعرض المرأة المصرية لبرامج التجميل التلفزيونية وصورة الجسد لديها

د. نشوة سليمان محمد عقل\*

### مقدمة

- منذ بداية الألفية الجديدة ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية برامج تحسين طرق الحياة Life style التي استوردتها قنوات الكابل التلفزيونية من بريطانيا. ومنذ عام 2003 أصبحت برامج التجميل والتحول في الشكل العام هي أهم برامج تليفزيون الواقع في أمريكا، مثل (Extreme makeover - I want a famous face) خاصة مع تقديمها وعودا قاطعة بالتحول الكامل لشكل المرأة من خلال مفهوم (ما قبل - ما بعد)<sup>(1)</sup>.

- ونظرا لشعبية برامج الواقع، وانخفاض تكلفتها؛ أصبحت تشغل حيزا كبيرا من برامج التليفزيون، حتى أنها تصل لنسبة 40% من وقت ذروة المشاهدة منذ عام 2002 خاصة بالنسبة لصغار المشاهدين، حيث تعتمد شعبية هذه البرامج على عنصر الواقعية حتى أن شخصياتها العادية بتفاصيلها وخلفياتها قادرة على تقديم قدر أكبر من الترفيه المقدم من المشاهير في المواد الدرامية<sup>(2)</sup>. وفي الأونة الأخيرة؛ تنامت برامج الصحة والجمال المقدمة على القنوات التلفزيونية المصرية كجزء أساسي من فقرات الظهيرة المخصصة للمضمون الاجتماعي، لموضوعات تتعلق بالدين والمرأة والأسرة. ومع تطور التقنيات المتعددة في مجال الطب التجميلي لتحسين الشكل العام للوجه والجسد، وظهور البرامج المكفولة من أطباء ومراكز للتجميل؛ التفت الباحثون في مجال تأثير وسائل الإعلام؛ إلى أن تلك النوعية من البرامج قد تؤدي إلى زيادة التوقعات لدى المشاهدين بقدرة عمليات التجميل على خلق مظهر جديد كليا، بل وزيادة الرغبة لدى السيدات في الخضوع لمثل تلك العمليات للوصول إلى الشكل المثالي، ورفع مستوى الرضا عن الجسد.

وتشير بعض الدراسات الغربية - من خلال الإحصائيات المتاحة - إلى حدوث زيادة واضحة في السنوات الأخيرة في الخضوع لإجراءات تجميلية جراحية وغير جراحية، مرجحة أن يكون السبب في هذه الزيادة بشكل مفاجئ؛ تنامي الاتجاه التلفزيوني لتقديم برامج خاصة بذلك. هذه البرامج وجهت لها الانتقادات ليس فقط لأنها تقدم هذه العمليات على أنها آمنة إلى حد كبير؛ ولكن أيضا لأنها بلورت صورة للقيام بالإصلاحات الشكلية باعتبارها أمرا عاديا وشائعا ومقبولا لتحسين مظهر الشخص

\* الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

ورفع مستوى رضائه عن حياته ،وبالتالي فقد يهرع المشاهد(خاصة المرأة) إلى إجراء عمليات تجميل غير ضرورية وأحيانا تكون غير آمنة<sup>(3)</sup>. لذلك فإن معظم الدراسات التي أجريت حول برامج التجميل وعلاقتها بعدم الرضا عن الجسد كانت من منظور نقدي.

### مشكلة الدراسة

تقدم برامج التجميل عملية التحول الكامل أو الجزئي للإنسان في الشكل والقوام باعتبارها وسيلة فعالة لتحسين الحياة ، وتربط مظهره الجسماني غير الجذاب بحياته الاجتماعية والمهنية، من خلال تقديم التناقض في الحالة النفسية للمريض قبل التجميل ، والمشهد الدرامي للتحول الفيزيائي والعاطفي بعد إجراء التجميل كما لو كانت كل مشكلات الإنسان ومعاناته قد تم حلها. وبعض الباحثات انتقدن تلك النوعية من البرامج باعتبارها تتعامل مع جسد المرأة وكأنه "شيء" (objectify) كما تبلور مفهوم عمليات التجميل باعتبارها " القوة " التي تنهي معاناة النساء.<sup>(4)</sup>

وبالنظر إلى المجتمع المصري؛ نتناول معظم هذه البرامج كيفية التخلص من السمنة، وتجميل الأسنان بتقنيات حديثة، ونحت الجسم ، وشد التجاعيد. ومع الطابع المحافظ والاتجاه الديني لعموم المجتمع المصري،الذي يطرح فكرة تجميل العيوب الخلقية للضرورة القصوى، والإيمان والرضا بإرادة الله فيما خلق ، تصبح تلك البرامج محل تقييم في كيفية تأثيرها على المرأة المصرية.

لذلك تسعى هذه الدراسة إلى بحث اتجاهات المرأة المصرية نحو برامج التجميل المقدمة على القنوات التليفزيونية، والعلاقة التي قد تربط بين التعرض لتلك البرامج ومدى رضائهن عن مظهر أجسامهن من ناحية، ومدى تقبل فكرة إجراء التحول في شكل الجسم **Body Transformation** من ناحية أخرى ، والمتغيرات الديموجرافية والنفسية التي قد تتوسط تلك العلاقة مثل صورة الذات لديهن، والمعتقدات الدينية المتعلقة بالرضا بإرادة الله في خلقه.

### أهمية الدراسة

- ندرة الدراسات العربية التي تهتم بصورة الجسد وعلاقتها بالنموذج المثالي كما تقدمه وسائل الإعلام ، في حين أن الدراسات الغربية قد قطعت شوطا كبيرا في هذا الاتجاه. وحتى في الدراسات الغربية ؛ فبالرغم من أن كثيرا منها تناول التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام على أنماط ارتباك النظام الغذائي لدى الناس ، إلا أن قليلا منها تناول مفهوم إدراك الشخص الثالث باعتباره مرتبطا بتأثيرات الميديا على تشويه الصور الذهنية لأجسامنا وللآخرين.

- قد تمثل الدراسة الحالية إضافة تطبيقية لصانعي تلك البرامج للتخطيط الجيد للمحتوى لزيادة المصداقية وضرورة التنويه عن حجم المخاطر البدنية

والمادية التي قد تنتج عن التجميل ، أو إضافة نظرية للمكتبة العربية، إذ أنها تسلط الضوء على الفجوة النفسية التي قد تنتج عن برامج التجميل مع طبيعة وتركيبية المرأة المصرية التي تتسم بالميل إلى الطابع المحافظ الذي قد يرى التجميل نوعاً من التغيير في طبيعة خلق الله سبحانه وتعالى ، كما أنها تتسم بالميل للتضحية في سبيل الأسرة وبالتالي فقد تقدم تلك البرامج ما يمثل لها "رفاهيات أو كماليات الحياة" في حين أنها تسعى لاستكمال الأساسيات.

#### - الدراسات السابقة

- بعض الدراسات بحثت تأثير برامج الواقع على القيم المادية والتداعيات المرتبطة بها - وكذلك تأثيرها على السمات الشخصية ومجال المقارنة الاجتماعية للفرد في محيطه، مثل دراسة (لي 2016 Lee) (5) التي اتضح فيها أن برامج الواقع أكثر القوالب التي تؤدي بشكل غير مباشر إلى الشعور بالقيم المادية ، إلا أن هذا التأثير يصبح أقوى مع دخول متغير المقارنة الاجتماعية ومتعة المشاهدة كمتغيرات وسيطة . وتشير الدراسة إلى أن تأثير الاستمتاع بالمشاهدة يبين أن تأثير الغرس ليس ذا اتجاه إقناعي واحد، بل إن الإشباع المتحققة جراء المشاهدة تلعب دوراً ، ولذلك فإن الجمهور الذي نشأ معتقاً قيماً مادية يميل عادة إلى مشاهدة برامج الواقع .. وهكذا تدور الدائرة. وبخلاف معظم الدراسات ؛ فإن هذه الدراسة وجدت أن برامج الواقع التليفزيونية قد تزيد من مستوى الرضا عن أسلوب الحياة، لتدعم بذلك مفاهيم مدخل الإشباع المتحققة لدى الجمهور جراء المشاهدة ، وكذلك نظرية المقارنة الاجتماعية. وفسرت ذلك بأن تليفزيون الواقع يمنح المشاهد شعوراً بأهمية ذاته وتفرد، لأنها تقدم له نماذج واقعية متقاربة معه فتحفزه - في حالة المقارنة بنموذج أفضل - لتحسين ذاته أكثر من دفعه لعدم رضائه عن نفسه.
- دراسة (سابلي) Suplee 2014 (6) التي طبقت على 154 من طالبات جامعة جنوب كاليفورنيا التي تتراوح أعمارهن بين 18-25 سنة. وبالرغم من معدلات المشاهدة القليلة لبرامج الموضة، وتحسين الذات بين مفردات العينة؛ فقد وجدت الدراسة علاقة إيجابية بين التعرض وتبني صورة الجسد النحيف كنموذج مثالي لأفراد العينة. كما وجدت علاقة ارتباطية بين مشاهدة برامج الجراحات التجميلية وبعض الخصائص المتعلقة بالاضطراب في عادات الغذاء لدى مفردات العينة مثل اتباع حمية غذائية صارمة، والقلق بخصوص الوزن والشكل العام. كذلك ظهرت تأثيرات المقارنة الاجتماعية وعدم الرضا عن الجسد كنواتج ذات دلالة للتعرض لتلك البرامج.

- دراسة أشيكالي (2014) Ashikali (7) التجريبية والتي أجريت على 99 فتاة في عمر المراهقة (15-18 سنة) تم تقسيمهن لمجموعات ، تعرضن جميعهن لمضمون يقدم عملية تجميلية ، لكن مرة بدون التحذير من مخاطرها، وأخرى

مصحوبة بالإشارة إلى مخاطر إجرائها، والثالثة مصحوبة بكيفية السيطرة على تلك المخاطر. توصلت الدراسة إلى أن التعرض لتلك البرامج أدى إلى أن الفتيات عبرن عن عدم رضائهن عن أوزانهن ومظهرهن العام ، لكن لم تطرأ تغييرات في اتجاههن نحو عمليات التجميل باختلاف المجموعات، وتباينت استجاباتهن عن برامج التجميل وفقا لقيمهن المادية ومدى ارتباط تقديرهن لذواتهن بنقطة المظهر العام لأجسادهن. وخلصت الدراسة إلى أن تلك البرامج قد تكون مدمرة لصورة الجسد لدى المراهقات . كما أجرى الباحث دراسة تجريبية أخرى تضمنت مجموعة تهيئة (تعرض) ومجموعتين ضابطين لم تتعرضا لمحتوى تجميلي لمقارنة النتائج مرتين لتأكيد النتائج الخاصة بتأثير التهيئة المعرفية للعمليات التجميلية بين المجموعتين. تم تطبيق مقياس ( القلق بشأن الجسد) الذي صممه هاري وآخرون Harry et al.1989. وتوصلت النتائج إلى أن المجموعة التي تعرضت لمحتوى برامج التجميل أبدت إدراكا أكبر لفوائد تلك البرامج في حياتهن ممن لم يتعرضوا.

- كما اتضح أن المجموعة التي تعرضت للبرنامج التجميلي كانت أقل إدراكا للمخاطر التي قد تشوب الخضوع للجراحات التجميلية

- دراسة فوندرن & كينالي Vonderen& Kinnally2012<sup>(8)</sup> التي بحثت العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وعدم الرضا عن الجسد، وتقدير الذات، ودمجت مع هذه المتغيرات عوامل مجتمعية أخرى مثل الأصدقاء والتوجه الأسري. طبقت الدراسة على 285 مفردة من طالبات الجامعة ، وتناولت معدلات التعرض، ومستوى تقدير الذات، والمقارنة بمشاهير وسائل الإعلام، واتجاهات الأقران والأسرة نحو صورة الجسد ، وجوانب المقارنة مع الآخرين ومقاييس عدم الرضا عن الذات ، ومفهوم الجسد المثالي. اتضح أن مقارنة الذات بمشاهير الميديا والنماذج المثالية ارتبط بالجسد النحيف، لكن ليس بقوة ارتباطه بمفاهيم الأقران وتقدير الذات ؛ بل على العكس؛ فإن المقارنة بالأصدقاء ومستوى تقدير الذات كانا مؤشرين قويين على عدم الرضا عن الجسد. والأكثر من ذلك أن التأثيرات البيئية والمجتمعية وتقدير الذات بدت أقوى المؤشرات ، مما يعكس التأثير غير المباشر للرسائل الإعلامية التي قد تؤدي إلى عدم الرضا عن الجسد.

-دراسة إيجبرت وبلشر Egbert& Belcher(2012)<sup>(9)</sup> التي أجرت استبينا عبر الإنترنت على (472) مفردة الشباب يشمل تساؤلات حول التعرض لبرامج التجميل التليفزيونية وصورة الجسد لديهم. واتضح من النتائج أن زيادة معدل التعرض لتلك البرامج يؤدي إلى خلق حالة من عدم الرضا عن الجسد لدى أفراد العينة ، ويكرس صورة الجسد النحيل باعتباره الشكل المثالي للمرأة.

- وفي دراسة قام بها مركز الفتيات الأمريكيات للكشفة<sup>(10)</sup> عام 2011؛ اتضح أن برامج الواقع تؤثر على نظرة الفتيات الصغيرات للعالم وعلى علاقتهن بأقرانهن ، حيث اتضح أن من يشاهدنها بانتظام يملن إلى قبول وتوقع مستوى أعلى من الدراما والعدوان والتنمر بالآخرين. كما أنهن يهتمن بقدر كبير بطبيعة قوامهن في علاقتهن العاطفية.

- أما ريكورد ( Record2011 )<sup>(11)</sup> فقد قدم دراسة لبحث تأثير مشاهدة برامج التجميل على إدراك المشاهدين للمعجزات الطبية ، وذلك من خلال مسح ميداني أجري على 481 مفردة. اتضح فيها أن الأكثر مشاهدة للبرامج التي تقدم التحولات الطبية في مجال التجميل أقل إيمانا بواقعية تلك التحولات من هؤلاء الذين لا يشاهدون تلك البرامج، كما أنهم يرون أنها أقل مصداقية ممن لا يشاهدونها. وجدت الدراسة أيضا أن الخبرة السابقة مع المعجزات الطبية أثرت على الاستجابات على كل مستويات التعرض . وأرجعت الدراسة ذلك إلى أن التعرض الكثيف يؤدي إلى رؤية واقعية أصدق حول الدراما الطبية في مجال التجميل.

- دراسة ليون ( Leone2011 )<sup>(12)</sup> التي قامت بإجراء مسح ميداني لعينة من طلبة و طالبات الجامعة بالتركيز على تأثير مفهوم الشخص الثالث باعتباره مرتبطا بتشويه صورة الجسد لدى الذكور والإناث وفي خمس مجموعات أخرى مستهدفة. وتم عرض صورة لزي سباحة حريمي يناسب قواما نحيفا، وآخر رجالي يناسب قواما ذا عضلات ، وتم سؤالهم عن مدى تأثير تكرار التعرض لمثل تلك الصور عليهم وعلى الآخرين. وتم تصميم مقياس نفسي لتخوف الفرد من تواجده في محيط اجتماعي معين يتم تقييمه فيه على نحو سلبي، لتحديد ما إذا كان المشاركون في الدراسة يعانون من القلق من مظهرهم الجسماني أمام الآخرين ، بشكل يؤثر على ثقتهم ورضاهم عن أنفسهم أكثر من الآخرين . توصلت النتائج إلى أن مشاهدة تلك الأزياء ذات القوام النحيف للنساء والقوام ذي العضلات للرجال تؤثر - من وجهة نظرهم - على المجموعات الأخرى أكثر من أنفسهم. كما أظهرت نتائج اختبار البعد الاجتماعي بين الفئات العمرية المختلفة أنه لم يتزايد- كما كان متوقعا- تأثير الفجوة الإدراكية على النفس والآخرين الأصغر عمرا والأكثر انعزالا، بل على العكس فقد تراجعت. بينما تزايد الاضطراب النفسي الاجتماعي لدى من يتعرضون بكثافة لبرامج الواقع التي تدعو للتغيير الجذري و ذلك منذ الوهلة الأولى من النساء و الرجال، الذكور و الإناث ، مما أدى إلى زيادة ميول النساء عامة في أمريكا للجوء إلي عمليات التجميل.

- دراسة نابي (Nabi(2009)<sup>(13)</sup> التي أجرت تطبيقين : الأول على 170 مفردة من الشباب ، وتوصلت إلى وجود علاقة ضعيفة بين مشاهدة هذه البرامج ومستوى الرضا عن الجسد. لكنها وجدت ارتباطا إيجابيا ضعيفا بين مشاهدة برامج التجميل و الرغبة في الخضوع لإجراءات للعمليات التجميلية. وفي التطبيق الثاني ؛ تم تطبيق

المسح الميداني على 271 شابة باستخدام نظريات الغرس الثقافي ، ونظرية المقارنة الاجتماعية ، ونظرية الإدراك الاجتماعي .

- دراسة أولبرايت (Albright 2009)<sup>(14)</sup> التي تم تطبيقها على 662 مفردة من طالبات جامعة جنوب كاليفورنيا ، والتي ركزت فيها على دراسة عادات المشاهدة لديهن، وكيف تؤثر على صورة أجسادهن من وجهة نظرهن. وجدت الدراسة أنه كلما شاهدت الفتيات برامج التجميل التليفزيونية ، زاد مستوى القلق وعدم الرضا عن أجسادهن، كما أقررن أن الجراحات التجميلية أكثر جاذبية للجنس الآخر، وأشارت الباحثة إلى أنها لاحظت من إجابات الفتيات أنهن يتحملن ضغوطا كبيرة -ربما تكون غير ضرورية- لتبدين بشكل جذاب، حتى وإن كان الرجال لا يتطلعون إلى الكمال على حد تعبيرهن. وتؤكد الدراسة أن برامج التجميل تقود النساء لمفهوم أن النجاح والسعادة نتيجة حتمية للإجراءات التجميلية التي تحول حياتها بشكل جذري.

- دراسة جروس (Grose 2009)<sup>(15)</sup> التي بحثت تأثير الصورة المثالية للجسد التي تروج لها وسائل الإعلام على إدراك فتيات الجامعة لطبيعة أجسادهن ومدى رضائهن عنها. وتوصلت إلى أن النساء يعتقدن أن الصورة المثالية للجسد (والتي تتمثل دائما في النحافة) وتقدمها وسائل الإعلام غير واقعية بالنسبة للمرأة العادية؛ إلا أنه مازال لديهن الحافز لملاحقة محاولات تحسين أجسامهن كما تدعو لذلك برامج التجميل. كما أنهن طالبن تلك البرامج بالاستعانة بنماذج متنوعة من حيث السن والوزن والعرق لتشجيع التوسع في مفهوم الجسم المثالي.

-دراسة لي (Lee 2009)<sup>(16)</sup> التي افترضت أن تعرض المشاهدين لبرامج الجراحات التجميلية يؤدي إلى أن يتأثر إدراكهم لآثار تلك الجراحات بالصورة التي أبرزتها تلك البرامج. وبناء على ذلك يكونون أكثر تقديرا لفوائدها وأقل تقديرا لمخاطرها من هؤلاء الذين لا يتعرضون لهذه البرامج. طبقت الدراسة نظرية التهيئة Priming حيث تم عرض فيديو مدته 25 دقيقة تبرز فوائد الجراحات التجميلية ، ثم سئلوا عن إدراكهم للمنافع التي تعود عليهم بعد التجميل (مثل القدرة على المنافسة في سوق العمل - الشعور بالسعادة- الجاذبية- الثقة بالنفس) وكذلك المخاطر التي قد تصاحب تلك العمليات ، واتضح أن هناك تأثيرا واضحا للتهيئة التي سبقت التقييم. واتضح - وبشكل غير متوقع- أن متغير القلق بشأن الجسد لا يرتبط بتأثيرات التعرض لبرامج الجراحات التجميلية .

- دراسة بيتري وآخرين (Petrie et al. 2008)<sup>(17)</sup> التي أشارت إلى أن الحالات (رجالاً ونساءً) التي أقبلت على إجراء جراحات تجميلية لإنقاص الوزن أو لإخفاء تأثير التقدم في السن على وجوههم أو تجميل الأسنان أجاب معظمهم بأنهم مشاهدون منتظمون لبرامج التجميل التليفزيونية ، كما أقر (80%) منهم بأن قرارهم تأثر بتلك البرامج. وأشارت الدراسة إلى أن تلك البرامج تزيّف الحقائق حول مدى سرعة

التحول للشكل المثالي والصعوبات التي تواجه التغيير، بل تركز على قليل من الأشخاص الذين حققوا تحولا دراميا في شكلهم، وتقدمهم في إطار مصطنع وتحت السيطرة ليبدو الأمر مدهشا ، وتبالغ في إيجابية النتائج ، مما يسبب ضغوطا نفسية كبيرة على المشاهدين وقد يؤدي بهم إلى الإحباط ، وأشارت الدراسة إلى أن برامج التجميل نادرا ما تشير إلى المخاطر والتعقيدات وأحيانا الفشل في التحول للشكل المرغوب فيه.

- دراسة **كيوبيك و كوري (2007) Kubic&Chory** <sup>(18)</sup> التي بحثت العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل التليفزيونية ومدى رضا المشاهدين عن أجسادهم ، ومستوى تقديرهم لذاتهم. اتضح وجود علاقة سلبية بين معدل التعرض لتلك البرامج ومستوى تقديرهم لذاتهم ، ووجود علاقة إيجابية بين معدل التعرض وإدراكهم لمفهوم الكمال في الشكل **Perfectionism** وكذلك مستوى عدم رضاهم عن أجسادهم.

- دراسة **مازيو وآخرين (2007) Mazzeo(et al.)** <sup>(19)</sup> التجريبية التي بحثت العلاقة بين مشاهدة برامج التجميل والحالة المزاجية وتقدير الذات ، ومستوى التوتر ، والاتجاهات والسلوكيات . طبقت الدراسة على عدد (147 امرأة) ، تعرض جزء منهن لبرنامج التجميل (Swan) ، والجزء الآخر تعرض لبرنامج عن تحسين بعض الأمور في المنزل (Clean Sweep) . وتم قياس الأثر مرة عقب المشاهدة، ومرة أخرى بعد مرور أسبوعين. اتضح أن النساء اللاتي تعرضن لبرنامج التجميل أظهرن استيعابا أكبر لفكرة ( الجسم النحيف ) كنموذج مثالي للقوام الجميل ، بينما أظهرن مستوى منخفضا من تقدير الذات لأنفسهن في التقييم الذي أجري عقب التعرض مباشرة . كما أن النساء البيضاوات ممن شاهدن برنامج التجميل عبرن عن إدراكهن لضغوط وسائل الإعلام لتكريس فكرة الجسد النحيف ، وعبرن عن ثقتهم في قدرتهن على التحكم في شكل أجسادهن عقب مشاهدة البرنامج. وأشارت الدراسة إلى أن برامج التجميل التليفزيونية تساهم في تغيير العادات الغذائية لصغار السيدات، في اتجاه صورة الجسد النحيف ، لذلك أوصت الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات على سيدات متنوعات من حيث اللون والثقافة.

- دراسة **(لي) Lee 2007** <sup>(20)</sup> حول إدراك الجمهور لتأثير البرامج التي تقدم الجراحات التجميلية على أنفسهم وعلى الآخرين ، وذلك لاختبار فرضية تأثير الشخص الثالث. أظهرت النتائج ثبوت تأثير الشخص الثالث بالنسبة لكل من الرجال والنساء من المبحوثين ، حيث أدركوا مستوى أعلى من التأثير للجراحات التجميلية على الآخرين ( خاصة النساء ) . كما تبين أن متغيري النوع والمسافة الاجتماعية مع الآخرين عاملان مؤثران في تقدير تأثر الآخرين بعمليات التجميل ، حيث كان تقدير المبحوثين من الرجال والنساء لتأثر السيدات بتلك البرامج أعلى من تقديرهم لتأثر الرجال. كما أن تقديرهم لتأثر الأشخاص في الدائرة الاجتماعية البعيدة أكبر من تقديرهم لتأثر الأفراد الأقرب إليهم.

- دراسة كونرز (Conners2007)<sup>(21)</sup> التي تبحث المخاطر التي قد تحيط بعمليات التجميل، ومدى الالتزام بأخلاقيات التوعية بهذه المخاطر في البرامج التليفزيونية. وجدت الدراسة التي استندت لتحليل المضمون أن هذه البرامج لا تراعي الإطار الأخلاقي في رسالتها، بل تركز على رغبة الأفراد في إجراء العمليات التجميلية، وحالة الرضا التي يحظون بها بعد إجرائها وتغليب السعي لإثارة الاندهاش Wow effect على التوعية بالمخاطر وطمأنة مشاعر المشاهدين نحو إجراء عمليات تجميلية.

### الإطار النظري للدراسة

#### نظرية الغرس الثقافي

- ترجع هذه النظرية إلى دراسات الباحث جورج جربنر Gerbner التي ركزت على التأثيرات الناتجة عن التعرض المنتظم والكثيف للتلفزيون. فقد افترضت أن الأشخاص الذين يتابعون نوعية معينة من برامج التلفزيون لمدة طويلة لديهم نظرة غير واقعية للعالم المحيط بهم، وبالتالي فقد يؤثر ذلك على الواقع الاجتماعي لهؤلاء المشاهدين، لأنهم يفترضون أن وسائل الإعلام تنقل الواقع. ومن الأمثلة التي تتجلى فيها الآثار السلبية التي تفسرها نظرية الغرس الثقافي؛ ذلك الواقع المدرك من وسائل الإعلام عن صورة الجسد لدى المشاهدين وانعكاسه على ذواتهم.<sup>(22)</sup>

وقد فسرت نظرية الغرس الثقافي مفهوم الواقع المدرك من التلفزيون ( Perceived TV. Reality) والذي يُعد أحد المفاهيم الأساسية التي أثارها النظرية إلى جانب مفهومي الصورة الإعلامية والصورة الذهنية، بأنه حصول الفرد على تفسيرات عمداً أو صدفة عما يدور حوله ثم استخدام هذه التفسيرات في تشكيل قيم عن كيفية التصرف في مواقف الحياة المختلفة، ويسهم في ذلك الخبرة الشخصية، والأسرة، والأصدقاء، والمجتمع، بالإضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، فقد تنوعت نتائج الدراسات السابقة حول مدى تأثير إدراك واقعية المضمون على العلاقة بين عملية التعرض وعملية التأثير، فذهب البعض إلى أن إدراك واقعية المضمون يقلل من تأثيرات التلفزيون، في حين ذهب البعض الآخر إلى أنه يزيد من تأثير المضمون التلفزيوني، وذهب رأي ثالث إلى أن الأمر يتوقف على عوامل أخرى كالسن والمستوى الاقتصادي والاجتماعي وغيره.<sup>(23)</sup> وبعض الباحثين توصلوا لبعد جديد في نظرية الغرس الثقافي تتمثل في أن التعرض المكثف للواقع التي أعيد بناؤها في التلفزيون ينتج عنه (تسطيح، نمطية، تكرار) أي تحريف للواقع.<sup>(24)</sup>

- وعندما يتعلق الأمر بصورة الجسد؛ فإنه من المهم الالتفات إلى ما أشار إليه شروم Shrum2009<sup>(25)</sup> بأن الغرس قد لا يخلق عادة اتجاهات معينة؛ بل غالباً يعمل على تعزيزها. وهو ما أكدت عليه أيضاً دراسة مورجان وشانهان Morgan&Shanhan(2009)<sup>(26)</sup> من أن الأفراد يسعون للتعرض لما يدعم

معتقداتهم القائمة وبالتالي يقويها لديهم . فكلما كان "الجسد النحيف" هو النموذج المقدم للمرأة ، أصبحت تلك الصورة هي الأكثر "إتاحة" وسرعة للمثول في أذهان المتلقين. وعلى النقيض من ذلك؛ فكلما كان هناك ارتباطات سلبية بالأشخاص من ذوي السمنة ؛ فربما تكون أكثر استرجاعا في الأذهان عند مناقشة أهمية الاحتفاظ بجسد نحيف. هذه الارتباطات التي يتم استرجاعها قد تعزز الاتجاهات الاجتماعية بخصوص الوزن وأثاره على الحياة الاجتماعية للفرد) مثال: النحافة جسد نموذجي، بينما السمنة سيئة).

ويذهب البعض إلى أن الواقع الذي يقدمه التلفزيون إذا كان متقاربا مع العالم الحقيقي؛ لكان تأثيره ضعيفا على إدراك المشاهدين، إلا أن التلفزيون يقدم واقعا مغايرا إلى حد كبير، فعلى سبيل المثال فإنه يقدم العنف والخطر المحيط بشكل مبالغ فيه خاصة للأطفال والأقليات ، كما يقدم صورا نمطية لبعض الوظائف مثل المحامي والطبيب ورجل الشرطة. كذلك فإنه يقدم الحياة المادية المترفة كنموذج للحياة مما يؤدي إلى التطلع الدائم للقيم المادية والسلع الاستهلاكية والتطلع لترتيب في السلم الاجتماعي. وتشير النظرية إلى مفهومين:

1- إيجاد التقارب بين المجموعات المختلفة من حيث خواصهم الديموجرافية في نظرتهم للواقع المدرك (Mainstreaming) لأنهم يتعرضون بكثافة للتلفزيون الذي يقدم هذا الواقع على نحو معين.

2- الصدى Resonance أي أنه الأفراد الذين مروا بتجربة مماثلة (مثل العنف أو الجريمة) لما يقدمه التلفزيون؛ يكونون أكثر تأثرا بالمحتوى المقدم والمشابه لتجاربيهم.<sup>(27)</sup>

### نظرية المقارنة الاجتماعية Social Comparison Theory

ظهرت هذه النظرية عندما أشار عالم النفس الاجتماعي ليو فيستنجر Festinger عام 1954 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<sup>(28)</sup> وعادة ما تكون المقارنة مع شخص مشابه لهم على مستوى ما أو آخر ، وعادة ما يكون لديه خاصية رئيسية واحدة على الأقل مشتركة بينهم (العمر والجنس والمهنة ، المظهر ، إلخ). ويفترض البعض أن سبب اختيار شخص لديه سمات مشتركة هو أنه يعزز التقييم الذاتي ، مما يزيد من دقته.<sup>(29)</sup>

-وفي دراستهما التحليلية الكيفية (تحليل المستوى الثاني) لعدد (156) دراسة؛ أشارت مايرز و كراوثر Myer&Crowther<sup>(30)</sup> إلى أن معظم دراسات تأثير المقارنة الاجتماعية وجدت أن هناك ارتباطا قويا بين متغيري المقارنة الاجتماعية وعدم الرضا عن الجسد والشكل. كما وجدت أن الإناث وصغار السن يميلون بشكل أكبر

لمقارنة أنفسهم بالآخرين. وبسبب تلك المقارنات يركز الأفراد على التفاصيل التي تحدد مستوى الجاذبية الشكلية التي يمتلكونها أو تلك التي تنقصهم ومن ثم يظهر عدم الرضا عن نقائص الشكل كما تبرزها وسائل الإعلام.

### فروض الدراسة

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية والصورة الذاتية للجسد لدى أفراد العينة .
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين صورة الجسد لدى المرأة المصرية واتجاهاتها نحو برامج التجميل التلفزيونية.
- 3- تتأثر العلاقة بين التعرض لتلك البرامج ومستوى الرضا عن الجسد بعدة متغيرات هي:
  - أ- مستوى المحافظة الدينية
  - ب- المتغيرات الديموجرافية ( التعليم-السن- المنطقة -المستوى الاجتماعي الاقتصادي).
- 4- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية والاستجابة السلوكية للقيام بعمليات التجميل.

### الإجراءات المنهجية للدراسة

-تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الوصفي لوصف وتحليل العلاقة بين تعرض المرأة المصرية لبرامج التجميل والتخسيس التي تقدمها البرامج التلفزيونية وصورة الجسد لديهن ومدى رضائهن عن أنفسهن من حيث الشكل.

### مجتمع الدراسة

- يشمل كل النساء المصريات ابتداء من مرحلة البلوغ ( من 18 سنة فيما فوق).

### تحديد عينة الدراسة

- تم اختيار المفردات بأسلوب العينة العشوائية المتاحة ، وتم تقسيم عينة الدراسة لمجموعتين إحدهما في القاهرة باعتبارها العاصمة والمنطقة الأكثر تحضرا، ومحافظة المنيا كنموذج للوجه القبلي المعروف بالطابع المحافظ تجاه المرأة. وبلغت عينة الدراسة (200 مفردة) لكن تم استبعاد (22) استمارة اتضح فيها أن المبحوثات لا يشاهدن برامج التجميل التلفزيونية ، فأصبح العدد (178 مفردة) منهم (128) من القاهرة ، و(50 مفردة) من الصعيد.

### أسلوب وأداة جمع البيانات

- تم جمع البيانات من خلال المقابلة الشخصية مع أفراد العينة.
- وتم تصميم صحيفة استقصاء\* تتضمن أسئلة عن : المتغيرات الديموجرافية والمعتقدات الدينية لأفراد العينة فيما يتعلق بالتجميل- أسئلة لقياس الاتجاه نحو

برامج التجميل – عبارات لقياس مستوى الرضا عن الجسد – أسئلة حول التعرض لتلك البرامج. إضافة إلى تدوين بعض الملاحظات لمن يملأ الاستمارة بخصوص الشكل العام للمبجوتات من حيث اللبس ومدى ميله للاحتشام ، وكذلك طريقة تحدثهن بإعجاب أو عدم إعجاب ببرامج التجميل.

#### أساليب القياس

- **برامج التجميل التليفزيونية:** يقصد بها الفقرات والبرامج التي تقدم على القنوات المصرية والعربية والأجنبية ، والتي يتم فيها عرض الطرق الحديثة في مجال التجميل والتخسيس بشكل يحدث تحولاً درامياً في شكل المرأة ، وذلك من خلال أجهزة اللياقة البدنية أو تحسين عيوب البشرة أو المستحضرات الطبية أو العمليات الجراحية للوصول للشكل المثالي ، أو لمعالجة أحد العيوب ، ويتم فيها عرض آراء وأعمال ودعاية خبراء التجميل.
- **مستوى الرضا عن الجسد لدى المرأة المصرية:** أي درجة مقارنة المبحوثة لشكلها العام مع الآخرين أو ما يتم الترويج له باعتباره الشكل المثالي ، ومدى تصالحها أو عدم تصالحها مع شكلها. ويتم ذلك من خلال إجابتها عن مقياس مكون من عدة عبارات تعبر عن الرضا أو عدم الرضا بدرجات متفاوتة.
- **اتجاهات المرأة نحو برامج التجميل :** تم تصميم مقياس للتمييز الدلالي يقوم على وضع الصفة ونقيضها ومنح المبحوثة درجة من خمسة لكل صفة تلحق ببرامج التجميل التليفزيونية ، بحيث إنه كلما اقتربت الإجابة من تقييم 5 كانت الصفة تميل إلى الإيجابية . كذلك تم تصميم مقياس من عدة عبارات سلبية وإيجابية تمثل تقييم المبحوتات لبرامج التجميل التليفزيونية وأثارها السلبية والإيجابية في تقديرهن.

#### خصائص عينة الدراسة

#### جدول رقم (1)

#### خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المنطقة
72	128	من القاهرة
28	50	من الصعيد
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>
النسبة	التكرار	السن
5.1	9	فتيات أقل من سن 18
75.8	135	من 18 لأقل 40 سنة
19.1	34	فوق سن الـ 40
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>
النسبة	التكرار	الحالة الاجتماعية
53.9	96	غير مرتبطة (عزباء-مطلقة-أرملة)
46.1	82	مرتبطة (متزوجة-مخطوبة)
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
83.7	149	جامعية
10.7	19	متوسط فأقل
5.6	10	دراسات عليا
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>
النسبة	التكرار	ملاحظة ملابس المبحوثة
47.8	85	يغطي كل الجسم
47.2	84	محتشم إلى حد ما
5	9	يكشف الجسم
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>
النسبة	التكرار	طبيعة مظهر المبحوثة
79.8	142	مودرن
20.2	36	تقليدي
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>
النسبة	التكرار	ملاحظة الفئة الاجتماعية من خلال المظهر وطريقة التحدث
52.2	93	راقية
44.4	79	متوسطة
3.4	6	أقل من متوسطة
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

#### نتائج الدراسة

#### أولا المؤشرات العامة لمقاييس الدراسة

#### 1- كثافة التعرض لبرامج التجميل\*

#### جدول رقم (2)

#### كثافة التعرض لبرامج التجميل

النسبة	التكرار	التعرض
50	89	مستوى تعرض مرتفع
32.5	58	مستوى تعرض متوسط
17.4	31	مستوى تعرض منخفض
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

- يتضح من الجدول السابق أن نصف حجم العينة يتابعن برامج وفقرات التجميل بمعدل مرتفع (50%)، وأن أكثر من الثلث بقليل يشاهدنها بمعدل متوسط (32.5%) ، مما يشير إلى أهمية تلك النوعية التي تخاطب اهتماما رئيسيا لدى المرأة بوجه عام.

#### 2- مستوى إعجاب المبحوثات ببرامج التجميل/التخصيس:

#### جدول رقم (3)

#### مستوى الإعجاب ببرامج التجميل التليفزيونية بين مفردات العينة

النسبة	التكرار	مدى الإعجاب
53.4	95	تعجبني لحد ما
41.6	74	تعجبني
5	9	لا تعجبني
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

يتضح أن النسبة الأكبر من المبحوثات يعجبها برامج التجميل ( 41.6% - 53.4% تعجبها بدرجة متوسطة)، ولعل ذلك يتسق مع مدخل الإشباع التي تحققها تلك النوعية من البرامج التي تخاطب حاسة الجمال اللصيقة بطبيعة المرأة في كل الثقافات الإنسانية. وفيما يلي أسباب الإعجاب أو عدم الإعجاب ببرامج التجميل.

#### أ- أسباب الإعجاب ببرامج التجميل/ التخصيس:

##### جدول رقم ( 4 )

##### أسباب إعجاب أفراد العينة ببرامج التجميل التلفزيونية

النسبة	التكرار	الأسباب
57.2	48	تفيدني بالمعلومات تشعرني أن كل عيوب الشكل لها حل
21.4	18	حبي للموضة والتصميم يجعلني متعلقة بالجسم المثالي
10.7	9	لأنها مسلية
7.1	6	لأنني أحب التغيير دائما في شكلي
3.6	3	فضولي يدفعني لمشاهدتها
<b>100</b>	<b>84</b>	<b>الإجمالي</b>

- يتضح أن أكثر أسباب الإعجاب كان تركيز تلك البرامج على إمكانية إيجاد حلول لكل المشاكل التي تحول دون الوصول للشكل المثالي(57.2%).

- وكان السبب الثاني ( التعلق بالموضة والتي يستتبعها جسم مثالي) بنسبة 21.4%.

#### ب- أسباب عدم الإعجاب ببرامج التجميل/ التخصيس:

##### جدول رقم (5)

##### أسباب عدم إعجاب مفردات العينة ببرامج التجميل التلفزيونية

النسبة	التكرار	الأسباب
23.4	22	لأنها مجرد دعاية للأطباء ومراكز التجميل
16	15	قد ترهقني ماديا وبدون فائدة
16	15	غير مفيدة
12.8	12	غير واقعية
12.8	12	ليس من أولوياتي تغيير شكلي
8.5	8	لا تليي كل احتياجاتنا في تحسين الشكل
6.3	6	لا تقدم أملا حقيقيا
4.2	4	مواعيدها غير مناسبة لي
<b>100</b>	<b>94</b>	<b>الإجمالي</b>

-يتضح من الجدول أن أهم أسباب عدم الإعجاب كانت نظرة المبحوثات لهذه البرامج باعتبارها دعاية وإعلان للأطباء وخبراء التجميل(23.4%) وأنها باهظة التكاليف بلا طائل(16%).

### 3- مستوى رضا المبحوثات عن أجسادهن ( صورة الجسد):

#### جدول رقم ( 6 )

#### استجابات مفردات العينة للعبارات التي تعكس مستوى رضائهن عن أجسادهن

الوزن المرجح	الإجمالي		غير موافق		محايد		موافق		العبرة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
83.1	100	178	2.8	5	28.1	50	69.1	123	ربنا خلقنا في أحسن صورة ومش محتاجين نغير في شكلنا
78.1	100	178	63.5	113	29.2	52	7.3	13	الله جميل يحب الجمال ومش حرام ان يبقى شكلنا أحسن
74.5	100	178	57.9	103	33.1	59	9	16	للأسف أنا بعيدة جدا عن الشكل المثالي
67.4	100	178	49.4	88	36	64	14.6	26	مفيش مانع الطب اتقدم و شكلنا ممكن يبقى أحسن
66.6	100	178	11.2	20	44.4	79	44.4	79	الناس في مجتمعنا مش بتتقبل فكرة عمليات التجميل
63.2	100	178	19.1	34	35.4	63	45.5	81	لو عملت تجميل الناس هاتكلم عني
61.5	100	178	16.3	29	44.4	79	39.3	70	ديننا بيقول حرام نغير في الشكل والجسم
61	100	178	20.2	36	37.6	67	42.1	75	حاسة أتى حابقي غريبة لو غيرت شكلي
47.5	100	178	24.7	44	45.5	81	29.8	53	دائماً بتشغلني مسألة شكلي في عيون الناس
37.7	100	178	42.1	75	40.4	72	17.4	31	عن نفسي أنا راضية تمامًا عن شكلي
36.8	100	178	18.5	33	36.5	65	44.9	80	أسرتي مش حاياوافتوا على تغيير شكلي
28.7	100	178	53.4	95	36	64	10.7	19	أنا بأحب مظهرى زى ما هو كده
14.4	100	178	74.7	133	21.9	39	3.4	6	أنا شكلي أحسن من ناس كتير تانية

-يتضح من الجدول أن أكثر العبارات من حيث الوزن المرجح هما " خلقنا الله في أحسن صورة ولا داعي لتغيير خلقته 83.1- "إن الله جميل يحب الجمال، فلماذا لا نسعى للتجميل؟ 78.1" وهما عبارتان تبدوان في توجههما متضادتين، إلا أن كلا من الفريقين يفسر المعنى وفقا لثقافته وميوله. لكن ما يهمنا في ذلك؛ ارتكان الإجابة في كليهما إلى الجانب الديني لتبرير التوجه.

وبوجه عام اتضح أن مقياس رضا المبحوثات عن أجسادهن كما يلي:

#### جدول رقم ( 7 )

##### مستويات الرضا عن صورة الجسد

النسبة	التكرار	مستوى الرضا عن الجسد
1.7	3	راضية تماما
88.7	158	راضية لحد ما
9.6	17	غير راضية
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

- يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من المبحوثات (88.7%) يشعرون بالرضا عن شكل أجسادهن بدرجة متوسطة ( ولا يعني ذلك بالضرورة إعجابهن بأجسادهن، بل يعني بشكل أكبر عدم إعطاء أهمية نفسية كبيرة لجانب الشكل المثالي ) والدليل على ذلك أن أكثر الجمل من حيث وزنها المرجح كانت " ربنا خلقنا في أحسن صورة ولا نحتاج لتغيير شكلنا للأمتل" بوزن مرجح 83.1 ، بينما بلغت نسبة من لا يرضين عن أجسادهن (9.6%). وفي النتائج التالية سيتضح تباعا العوامل التي قد تقلل من تأثير برامج التجميل على سلبية صورة الجسد لدى المرأة المصرية كما يتضح من هذا الجدول.

#### 4- مقياس الاتجاهات نحو برامج التجميل:

#### جدول رقم ( 8 )

##### تقييم عينة الدراسة لبرامج التجميل وفقا لمقياس التمييز الدلالي

الوزن المرجح	الصفة الإيجابية	5		4		3		2		1		الصفة السلبية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
65.3	مفيدة	29.2	52	28.1	50	25.8	46	8.4	15	8.4	15	مضرة
63.5	جذابة	24.7	44	23	41	38.2	68	9.6	17	4.5	8	مملة
62.5	عصرية	25.3	45	23	41	32.6	58	14.6	26	4.5	8	تقليدية
61.1	مهمة	24.2	43	22.5	40	33.1	59	14	25	6.2	11	غير مهمة
59.4	هادفة	22.5	40	25.3	45	28.7	51	14.6	26	9	16	تافهة
55.6	واقعية	16.3	29	24.7	44	31.5	56	20.2	36	7.3	13	غير واقعية
54.2	مناسبة لي	15.2	27	25.3	45	33.7	60	12.9	23	12.9	23	غير مناسبة لي

-يتضح من مقياس التمييز الدلالي أن كل الصفات المنسوبة لبرامج التجميل التليفزيونية من وجهة نظر المبحوثات تميل إلى الإيجابية ( فالوزن المرجح أمام كل صفة ونقيضها أعلى من 50، وبالتالي تغلب الصفة الإيجابية). أي أن المبحوثات يرين أن برامج التجميل : جذابة-مفيدة-هادفة-واقعية-مهمة-عصرية-مناسبة.

- أهم الآثار الايجابية لبرامج التجميل/ التخسيس من وجهة نظر  
المبحوثات

جدول رقم ( 9 )

الآثار الإيجابية لبرامج التجميل التليفزيونية من وجهة نظر مفردات العينة

النسبة	التكرار	الآثار الإيجابية
36	132	تزودني بالمعلومات عن الصحة والجمال للنساء
27.8	102	تجعل المرأة تنتبه بشكل أكبر لنفسها وجمالها
12.3	45	تقدم توعية للمرأة بأضرار بعض العمليات للتجميل والتخسيس
8.7	32	تجعل النساء الستات تتقبل عمليات التجميل/التخسيس بشكل أكبر
7.6	28	تجعل المجتمع يتقبل فكرة إجراء عملية تجميل/تخسيس بشكل أكبر
7.6	28	تشجع النساء على إجراء عمليات التجميل/التخسيس للوصول للشكل المثالي
100	367	الإجمالي

-يتضح أن أهم الآثار الإيجابية لبرامج التجميل وفقا لأفراد العينة ( تقديم أحدث المعلومات عن العناية بالصحة وإبراز الجمال وتصحيح العيوب بنسبة 36% )، وهو ما يتوافق مع أهم أسباب الإعجاب بتلك البرامج كما ورد في جدول ( 4 ) .

- أهم الآثار السلبية لبرامج التجميل/ التخسيس:

جدول رقم (9)

الآثار السلبية لبرامج التجميل التليفزيونية من وجهة نظر مفردات العينة

النسبة	التكرار	الآثار السلبية
60.3	137	تخفي أضرار بعض العمليات للتجميل والتخسيس
12.8	29	تقدم معلومات غير صحيحة عن الصحة والجمال للنساء
12.8	29	تجعل النساء محبطة بشكل أكبر وتتخلى عن الاهتمام بنفسها
4	9	تدفع النساء لرفض عمليات التجميل/التخسيس بشكل أكبر
4	9	تجعل المجتمع يرفض فكرة إجراء عملية تجميل/تخسيس بشكل أكبر
0.9	2	هي للدعاية وتكريس فكرة المقاييس الكاملة للجمال عند المرأة
0.4	1	فكرتها لا تناسب سني ولا طبقتي الاجتماعية
100	219	الإجمالي

-يتضح أن أهم الآثار السلبية لبرامج التجميل من وجهة نظر المبحوثات إخفاء أو تجاهل الإشارة إلى المخاطر والأضرار التي قد تصاحب عمليات التجميل والتعديل في الشكل . وتأتي هذه الإشارة بفارق كبير عن بقية الآثار السلبية التي ذكرها أفراد العينة (60.3%). ومما يدعم تلك النتيجة تلك الدراسة التي أجراها **كونرز Connors** <sup>(31)</sup>، والتي وجدت في تحليلها لمضمون هذه البرامج أنها لا تراعي الإطار الأخلاقي في رسالتها، بل تركز على رغبة الأفراد في إجراء العمليات التجميلية، وحالة الرضا التي يحظون بها بعد إجرائها، وتغليب السعي لإثارة

الإندهاش Wow effect على التوعية بالمخاطر وطمأنة مشاعر المشاهدين نحو إجراء عمليات تجميلية.

-وفيما يلي استجابة المبحوثات للعبارة المعبرة عن اتجاهاتهن نحو برامج التجميل التليفزيونية

### جدول (10)

استجابات المبحوثات نحو العبارات التي تصف اتجاهاتهن نحو برامج التجميل التليفزيونية

الوزن المرجح	الإجمالي		معارضة		محايدة		موافقة		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
73.6	100	178	58.4	104	30.3	54	11.2	20	أشعر أنها حرام
67.4	100	178	15.2	27	34.8	62	50	89	تقدم نماذج حقيقية مقنعة من الناس
57	100	178	32.6	58	48.9	87	18.5	33	أراها غير مناسبة للمجتمع المصرى
57	100	178	33.1	59	47.8	85	19.1	34	تستغل سذاجة الناس بالطب
54.5	100	178	30.9	55	47.2	84	21.9	39	أشعر بالعجز لصعوبة ترجمتها فعليا
46.1	100	178	23.6	42	44.9	80	31.5	56	أشعر أنها تقدم لأهداف تجارية فقط والجمال فيها غير طبيعي
43	100	178	21.9	39	42.1	75	36	64	أراها غير أمينة في التوعية بالمخاطر
30.6	100	178	50.6	90	37.6	67	11.8	21	تحسن نظرتي للحياة
29.5	100	178	50.6	90	39.9	71	9.6	17	أشعر أنها تنفاني للصورة الجميلة التي أتمناها لنفسى
27	100	178	55.6	99	34.8	62	9.6	17	أشعر بالأمل إنى أغير من نفسى
17.7	100	178	68	121	28.7	51	3.4	6	اكتسب معلومات جيدة للاهتمام بالنفس بالشكل والجسم

-يتضح من الجدول أن أكثر العبارات التي كان لها وزن مرجح في عبارات اتجاهات المبحوثات نحو برامج التجميل "أشعر بأنها حرام" بوزن مرجح 73.6 ، وهو ما قد يشير إلى تأثير الجانب الديني على اتجاهات المبحوثات نحو برامج التجميل التي تحث على إجراء تغيير بشكل المرء.

كما أن معظم المبحوثات (وزن مرجح 67.4) أقررن بنجاح البرامج التي تأتي بنماذج واقعية أجرت تجميلا من نوع ما في إقناعهن بصدق تلك البرامج ومحتواها. وبوجه عام؛ بعد تجميع درجات المقاييس السابقة؛ فإن الاتجاه نحو برامج التجميل التليفزيونية جاءت مستوياته على النحو التالي:

### جدول (11)

اتجاهات عينة الدراسة نحو برامج التجميل

النسبة	التكرار	الاتجاه
34.3	61	إيجابي
52.2	93	محايد
13.5	24	سلبى
100	178	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة المبحوثات ذوات الاتجاه الإيجابي نحو برامج التجميل التليفزيونية أكبر من أقرانهن من ذوات الاتجاه السلبي نحوها (34.3% مقابل 13.5%).

#### 6- مستوى الاستجابة السلوكية لعمل إجراء تجميلي

##### جدول رقم ( 12 )

##### نتائج مستوى الاستجابة السلوكية لعمليات التجميل

النسبة	التكرار	الاستجابة السلوكية
2.8	5	استجابة مرتفعة لإجراء تجميلي
27.5	49	استجابة متوسطة لإجراء تجميلي
69.7	124	استجابة ضعيفة لإجراء تجميلي
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

-يتضح من الجدول أن الاستجابة السلوكية للقيام بإجراء تجميلي بناء على التعرض لبرامج التجميل كانت ضعيفة جدا ( 2.8% ) ، بينما كانت الاستجابة المنخفضة نسبتها كبيرة (69.7%). أي أن مستوى التأثير لم يصل للمستوى السلوكي. وهنا يثور التساؤل عن التناقض بين الاتجاه الإيجابي للمرأة المصرية نحو ظهور وكثافة وفكرة تلك البرامج وطرحها الحلول لمشاكل في الجسد تبدو مستحيلة ( كما جاء في إجاباتهن من قبل) وتلك الاستجابة الضئيلة التي يعكسها الجدول السابق نحو الاستعداد لإجراء تجميلي. وهنا يمكن الإشارة إلى وجود متغيرات أخرى قد تؤثر في ذلك التناقض مثل : المخاوف الدينية ( مفهوم الحرام) والمخاوف المجتمعية (مفهوم العيب) من التغيير في شكل المرأة ، وكذلك ارتفاع تكلفة الإجراءات التجميلية ، وعدم التوعية بالمخاطر التي قد تنتج عنها في البرامج التليفزيونية المقدمة ، وأخيرا التخوف من عدم مصداقية تلك البرامج واعتبارها مجرد دعاية وإعلان للأطباء ومراكز التجميل.

#### 7- مدى استعداد عينة الدراسة للمشاركة في برامج التجميل إذا ما أتاحت لهم الفرصة:

##### جدول رقم ( 13 )

##### مدى استعداد عينة الدراسة للمشاركة في برامج التجميل إذا أتاحت لهم الفرصة

النسبة	التكرار	درجة الاستعداد للمشاركة
33.1	59	استعداد قوي
10.1	18	استعداد متوسط
56.8	101	استعداد ضعيف
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

-يتضح من الجدول أنه إذا أتاحت الفرصة لهؤلاء المبحوثات للمشاركة في الظهور كحالات ضمن فقرات أو برامج التجميل والتخصيس؛ فإن نسبة الاستجابة ستكون ضعيفة (33.1% على استعداد كبير مقابل 56.8% لسن على استعداد لذلك). ومما يفسر ذلك الأسباب التي وردت على لسان المبحوثات بهذا الشأن كما يلي (حيث

يتضح أن أهم سبب للمشاركة الرغبة في المحاولة للوصول لشكل أفضل – وأهم سبب لعدم المشاركة عدم اعتبار تغيير الشكل أمراً له أهمية أو للخجل من الظهور التلفزيوني لتصحيح عيب في الشكل).

#### جدول رقم (14)

##### أسباب عدم الاستعداد للمشاركة

النسبة	التكرار	ب-أسباب عدم الاستعداد للمشاركة
24.6	29	لا يهمني أن أغير شكلي
17	20	لا أحب أن أظهر على التلفزيون لتغيير شكلي
11.8	14	لأنني غير متأكد من النتائج
11.8	14	لا أحب أن ينظر لي الناس بتركيز زائد بعد ظهوري تلفزيونياً
10.2	12	المجتمع يرفض التغيير في الشكل
8.5	10	لأنها حرام
4.3	5	لا أصدقها
3.4	4	أسرتي سوف ترفض
3.4	4	ليس ضمن أولوياتي تغيير شكلي
0.8	1	سني لا يسمح لي بذلك
0.8	1	لأنها عمل تافه وسطحي
<b>100</b>	<b>118</b>	<b>الإجمالي</b>

#### جدول رقم (15)

##### أسباب الاستعداد للمشاركة

النسبة	التكرار	أ- أسباب الاستعداد للمشاركة
51.7	31	رغبة في المحاولة
38.3	23	حتى تتقاني لوضع أحسن
10	6	لأنني أحب أن أحسن شكلي
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>الإجمالي</b>

8-مقياس مستوى المحافظة الدينية: من خلال تجميع ومعالجة إجابات المبحوثات عن بعض النقاط الخاصة بالجوانب الدينية ، إضافة إلى ملاحظات دوتنها الباحثة عند ملء الاستمارة تتعلق بالمظهر العام ومدى ميله للطابع المحافظ ؛ تم التوصل للنتائج التالية:

#### جدول رقم ( 16 )

##### مدى التزام المبحوثات ببعض الجوانب الدينية

لا تنطبق		تنطبق لحد ما		تنطبق تماماً		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	
16.9	30	24.7	44	58.4	104	أصلي كل الصلوات في وقتها بانتظام
16.3	29	69.1	123	14.6	26	أقرا كثيراً كتب في الدين
12.4	22	54.5	97	33.1	59	أحضر دروساً دينية
16.9	30	66.9	119	16.2	29	أتابع بانتظام برامج/قنوات دينية

- وعن شكل حجاب عينة الدراسة من المبحوثات:

جدول رقم ( 17 )

يبين ملاحظات الباحثة حول شكل الملابس المبحوثات

النسبة	التكرار	شكل الملابس
75.8	135	محجبة
2.2	4	منتقبة
22	39	غير محجبة
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

- عن طبيعة لبس المبحوثات عينة الدراسة:

جدول رقم (18)

يبين ملاحظات الباحثة حول طبيعة ملابس المبحوثات

النسبة	التكرار	لبس المبحوثة
47.8	85	يغطي كل الجسم
47.2	84	محتشم إلى حد ما
5	9	يكشف الجسم
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

جدول رقم ( 19 )

نتائج مستوى المحافظة الدينية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	المحافظة الدينية
51.1	91	مستوى متوسط للمحافظة
48.9	87	مستوى منخفض للمحافظة
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

-يتضح من تجميع نقاط المقياس أن نصف المبحوثات تقريبا ذوات مستوى متوسط على مقياس المظهر المحافظ دينيا (51.1)، والنصف الآخر ذوات مستوى منخفض من المظهر المحافظ دينيا(48.9)، وسيظهر لاحقا في اختبارات الفروض مدى ارتباط ذلك بفكرة الرضا عن الجسد.

9- بعض الإجابات المفتوحة للمبحوثات بخصوص برامج التجميل

أ- هذه البرامج تجعل النساء والفتيات ....

جدول (20)

استجابات مفردات العينة لسؤال مفتوح حول تأثير برامج التجميل على النساء

الجملة	ك	%
يستفيدوا ويهتموا بنفسهم أكثر (ويهتموا بالموضة)	37	23.9
تبقى أعلى وأحسن	28	18.1
يجربوا التغيير	23	14.8

7.1	11	هايزيد إحباطهم ويتعدوا
7.1	11	هايتفانلوا ببكرة
7.1	11	هاتقل مخاوفهم من إجراء التجميل
5.8	9	يغيروا من نظرتهم لأنفسهم
5.9	9	تصدق الوهم
5.2	8	هيبقى عندهم معلومات عن الجمال
1.3	2	يضيعوا وقت على الفاضي
1.3	2	هايقوا شكل واحد ويزيد الجمال الصناعي
0.6	1	هاتفقد جاذبيتها
0.6	1	هاتبقى واثقة في نفسها
0.6	1	هاتهنم بالشكل على حساب الجوهر
0.6	1	هايقصروا في واجباتهم كربات منزل
100	155	الإجمالي

ب- عندما أشاهدها أشعر بأنني .....

### جدول (21)

يبين استجابات مفتوحة للمبحوثات حول تأثير مشاهدة برامج التجميل

الجملة	ك	%
باستفيد وبتعلم منها	33	23
حابة أغير من نفسي	21	14.5
في أمل إنني أبقى أحسن (أجمل - أرشوق)	19	13.1
باحس بالإحباط وقلة الثقة بالنفس	19	13.1
سعيدة (مستمتعة- متفائلة)	16	11.2
بأضيع وقت (باتسلى)	13	9
بحس أنني بتفرج على ناس من عالم تاني	5	3.5
محتاجة أتابعها أكثر	4	2.8
ساذجة (بيضحك عليا)	3	2.1
الإجمالي	133	100

-يتضح من الجدول السابق أن أكثر إجابات مفردات العينة عن سؤال مفتوح حول تأثير برامج التجميل على المرأة كان ( الاستفادة والتعلم 23%- الرغبة في التغيير 14.5%- خلق الامل في التطور للأحسن والأكثر رشاقة وجمالاً 13.1% ... وهي إجابات إيجابية تتوافق مع النتيجة السابقة التي تشير إلى الاتجاه الإيجابي نحو تلك البرامج). بينما علق 13.1% من المفردات بأنهن يشعرن بالإحباط ونقص الثقة بالنفس نتيجة التعرض لهذه البرامج.

ج- بصراحة برامج التجميل المفروض أنها .....

جدول رقم (22)

توصيات مفردات العينة لبرامج التجميل التلفزيونية

الجملة	ك	%
تؤكد على واقعية المضمون وصحته (المصادقية- الأمانة)	48	24
يكون عليها رقابة من ناس متخصصة (تقنن)	29	14.5
تتطور أكثر (تكون جذابة - متنوعة)	26	13
توعي البنات أكثر من كده خصوصاً للسمنة	22	11
أن تنتشر بشكل أكبر وتستمر	14	7
تفيد الناس أكثر من كده	13	6.5
تقل شوية	13	6.5
مايقاش همهم الإعلان وبس	7	3.5
تكون إيجابية أكثر	6	3
تخاطب أعمار وفئات متنوعة	5	2.5
تروج للجمال الطبيعي	3	1.5
تستمر مع البعد عن المحرمات	1	0.5
<b>الإجمالي</b>	<b>188</b>	<b>100</b>

- يتضح من الجدول أن أكثر ما تطالب به المرأة المصرية في برامج التجميل التلفزيونية أن تكون صادقة وأمانة ، لا تكون مجرد وسيلة دعائية للأطباء ومراكز التجميل (24%) وأن تخضع للرقابة المتخصصة والتقنين (14.5%).

ثانياً اختبار فروض الدراسة

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية ومستوى الرضا عن الجسد لدى مفردات عينة الدراسة.

-لاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل الارتباط سبيرمان، كما يلي:

جدول رقم ( 23 )

العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية ومستوى الرضا عن الجسد لدى عينة الدراسة

مستوى المعنوية	قيمة معامل ارتباط سبيرمان	مستوى مرتفع		مستوى متوسط		مستوى منخفض		مستوى التعرض
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.384	0.066	33.3	1	33.3	1	33.3	1	صورة الجسد رضا تام
		18.4	29	32.3	51	49.4	78	رضا إلى حد ما
		5.9	1	35.3	6	58.8	10	غير راضية
		17.4	31	32.5	58	50	89	الإجمالي

- يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض عينة الدراسة لبرامج التجميل التلفزيونية وبين الصورة الذاتية للجسد لديهن، عند مستوى معنوية (0.384) وكانت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (0.066). وبخلاف معظم الدراسات، تتفق هذه النتيجة مع دراسة (لي Lee)<sup>(32)</sup> التي وجدت أن برامج الواقع التليفزيونية قد تزيد من مستوى الرضا عن أسلوب الحياة، لتدعم بذلك مفاهيم مدخل الإشباع المتحققة لدى الجمهور جراء المشاهدة، وكذلك نظرية المقارنة الاجتماعية. وفسرت ذلك بأن تليفزيون الواقع يمنح المشاهد شعورا بأهمية ذاته وتفرد، لأنها تقدم له نماذج واقعية متقاربة معه فتحزه - في حالة المقارنة بنموذج أفضل - لتحسين ذاته أكثر من دفعه لعدم رضائه عن نفسه. وقد تتفق تلك النتيجة مع ما ذهبت إليه دراسة (ريكورد Record)<sup>(33)</sup> من أن الأكثر مشاهدة للبرامج التي تقدم التحولات الطبية في مجال التجميل أقل إيمانا بواقعية تلك التحولات من هؤلاء الذين لا يشاهدون تلك البرامج، كما أنهم يرون أنها أقل مصداقية ممن لا يشاهدونها، لأن لديهم رؤية واقعية أصدق حول الدراما الطبية في مجال التجميل. كما تتفق مع نتائج دراسة جروس Grose<sup>(34)</sup> التي ترى أن النساء يعتقدن أن الصورة المثالية للجسد والشكل التي تقدمها وسائل الإعلام غير واقعية بالنسبة للمرأة العادية. وتختلف تلك النتيجة مع ما ذهبت إليه دراسة أولبرايت Albright<sup>(35)</sup> من أن مشاهدة الفتيات لبرامج التجميل التلفزيونية، رفعت مستوى القلق وعدم الرضا عن أجسادهن، ولعل هذا الاختلاف نابع من تأثير السياق البيئي الاجتماعي والاقتصادي بين المجتمعات.

- أي أنه لم تثبت صحة الفرض الأول.

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المرأة المصرية نحو برامج التجميل التلفزيونية ومستوى رضائهن عن أجسادهن.

-ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل الارتباط سبيرمان، كانت نتائج كما يلي:

جدول رقم ( 24 )

العلاقة بين مستوى الرضا عن الجسد لدى المرأة المصرية واتجاهاتها نحو برامج التجميل التلفزيونية

مستوى المعنوية	قيمة معامل ارتباط سبيرمان	غير راضية		راضية لحد ما		رضا تام		صورة الجسد الاتجاه
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000	0.339	11.8	2	36.7	58	33.3	1	مؤيد
		70.6	12	50.6	80	33.3	1	مؤيد لحد ما
		17.6	3	12.7	20	33.3	1	غير مؤيد
		9.6	17	88.8	158	1.7	3	الإجمالي

- يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة الجسد لدى المرأة المصرية واتجاهاتها نحو برامج التجميل التليفزيونية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وعندما كانت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (0.339)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعا ما. بمعنى أن النساء والفتيات ممن يتمتعن بالرضا عن أجسادهن كن أكثر إيجابية في اتجاههن نحو برامج التجميل التليفزيونية؛ كما أن النساء ممن لا يرضين عن أجسادهن أكثر سلبية نحو برامج التجميل التليفزيونية، ولعل ذلك يكون ترجمة لعملية إسقاط يقوم بها الشخص الذي يكون لديه الرغبة في التغيير، لكن يشعر بالعجز المادي والصعوبات الدينية والاجتماعية وأحيانا عدم الاطمئنان للنتائج واقتقاد المصداقية، فيظهر ذلك في شكل استجابات سلبية نحو تلك البرامج، وهو ما ورد بإجابات المبحوثات عن تأثير تلك البرامج وأرائهن فيها. وتتعارض هذه النتيجة مع نتائج دراسات أخرى رأت أن التعرض لبرامج التجميل ترتبط بعدم الرضا عن الجسد وتسبب الإحباط لمشاهديها. وقد يفسر ذلك بأن التعرض لا يعني بالضرورة إيجابية الاتجاه نحو مضمون تلك البرامج، لكن قد يكون بغرض الفضول ومواكبة الجديد.

- إذن ثبتت صحة الفرض الثاني.

3- تتأثر العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل التليفزيونية ومستوى الرضا عن الجسد بعدة متغيرات:

أ- مستوى المحافظة الدينية:

جدول رقم ( 25 )

تأثير مستوى المحافظة الدينية كمتغير وسيط بين التعرض لبرامج التجميل ومستوى الرضا عن الجسد

مستوى معنوية	درجات الحرية	قيمة معامل ارتباط الجزئي	معدل التعرض لبرامج التجميل التليفزيونية	الرضا عن الجسد
			العوامل الوسيطة	
0.005	175	0.209	المحافظة الدينية	

- أشارت نتيجة اختبار الفرض الأول إلى أن العلاقة بين تعرض المرأة لبرامج التجميل التليفزيونية ومستوى رضاها عن جسدها قد لا تكون علاقة مباشرة فهي لم تثبت، وبالنظر إلى هذا الجدول يتضح أن تلك العلاقة تتأثر بمتغير الالتزام الديني ( حتى وإن كان ذلك على المستوى الظاهري فقط من الالتزام)، حيث إن مستوى المعنوية (0.005)، بمعامل ارتباط جزئي 0.209 ( أي درجة تأثير ضعيفة)، بمعنى أنه كلما كانت زادت درجة الالتزام الديني (الطابع المحافظ) لدى مفردات العينة، قل تأثير التعرض لتلك البرامج على شعورهن بالإحباط وعدم الرضا عن أجسادهن، لما

لديهن من قناعات بأن ( الله خلقنا في أحسن صورة) كما جاءت في الإجابات، أو أن تغيير الخلقة هي نوع من (الحرام) أو (العيب) في المجتمع، وبالتالي فالرضا نابع من إرضاء الله أو المجتمع في تلك النقطة. إذن تثبت صحة الفرض الثالث (أ).

#### ب- الحالة الاجتماعية

##### جدول رقم (26)

تأثير الحالة الاجتماعية على العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل وصورة الجسد لدى المرأة المصرية

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	الحالة الاجتماعية
0.636	0.053	مرتبطة
0.118	0.161	غير مرتبطة

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن الحالة الاجتماعية (مرتبطة - غير مرتبطة) لا تؤثر على العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية ومستوى الرضا عن الجسد لدى المرأة المصرية. وهو ما يختلف مع دراسة (ألبرايت) Albright<sup>(36)</sup> التي وجدت أن الاهتمام بمحتوى برامج التجميل مرتبط بجذب الجنس الآخر. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الأعباء الملقاة على كاهل المرأة المصرية بالخروج للعمل لمواجهة ظروف المعيشة، إضافة إلى الحالة الاقتصادية قد جعلت المرأة المصرية تشعر بقدر أكبر من الاستقلالية في شخصيتها، بحيث لا يصبح الرجل هو السبب في تحسين أو تشويه صورة جسدها لدى نفسها. إذن لم تثبت صحة الفرض الثالث(ب).

ج- المتغيرات الديموجرافية (التعليم- السن- المنطقة- المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

##### جدول رقم ( 27 )

تأثير المتغيرات الديموجرافية كمتغير وسيط على العلاقة بين مستوى التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية ورضا المرأة المصرية عن الجسد

مستوى معنوية	درجات الحرية	قيمة معامل ارتباط الجزئي	معدل التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية		الرضا عن الجسد
			العوامل الوسيطة	المتغير	
0.008	175	0.2	التعليم		
0.004	175	0.218	السن		
0.004	175	0.217	المنطقة		
0.003	175	0.223	المستوى الاقتصادي الاجتماعي		

- يتضح من الجدول أن جميع المتغيرات الديموجرافية مؤثرة في العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية ومستوى الرضا عن الجسد لدى المرأة المصرية، حيث:

1- اتضح أن مستوى التعليم مؤثر في تلك العلاقة عند مستوى معنوية (0.008) ومعامل ارتباط جزئي (0.2)، أي أن التأثير طردي ضعيف . بمعنى أنه كلما زاد مستوى التعليم زادت قوة العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل ومستوى الرضا عن الجسد، وقد يفسر ذلك بأن التعليم يزيد من الوعي وكشف مواطن ضعف المصدقية وطرق الدعاية التي تتبعها تلك البرامج.

2- كما أن المرحلة العمرية مؤثرة في تلك العلاقة عند مستوى معنوية (0.004) ومعامل ارتباط جزئي ( 0.218 ) ، أي أن التأثير طردي ضعيف . بمعنى أنه كلما زاد السن زادت قوة العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل ومستوى الرضا عن الجسد، وقد يرتبط ذلك بمفهوم القدرية الذي يزداد طرديا لدى الإنسان مع التقدم في العمر.

3- كذلك فإن منطقة المعيشة ( القاهرة – الصعيد) كانت عاملا مؤثرا في العلاقة بين التعرض ومستوى الرضا عن الجسد لدى المرأة المصرية عند مستوى معنوية (0.004) ومعامل ارتباط جزئي (0.217)، أي أن التأثير طردي ضعيف. وبالرجوع إلى المتوسطات الحسابية الخاصة بعينة الصعيد في علاقة تعرضهن لبرامج التجميل ومستوى رضائهن عن أجسامهن مقارنة بنساء القاهرة ( 1.9375 مقابل 1.8154 على التوالي) بمعنى أن المرأة الصعيدية أكثر رضا عن جسدها وأقل في تطلعاتها نحو الشكل المثالي، وقد يرجع ذلك إلى الطبيعة التقليدية المحافظة في صعيد مصر، والتي تفرض قيودا كثيرة على الإناث في سلوكهن وتفكيرهن، وهو ما يتوافق مع الدراسات التي أشارت إلى أن النساء لسن (عجينة) سهلة التشكيل من خلال برامج التجميل لتؤثر بشكل مباشر على تصورهن نحو أجسادهن ومدى رضائهن عن ذواتهن ، بل إن السياق الاجتماعي والبيئة المحيطة من عادات وأنماط حياة تؤثر على القدر والكيفية التي يحدث من بها التأثير<sup>(37)</sup>.

4- كما أن المستوى الاقتصادي الاجتماعي يؤثر على تلك العلاقة عند مستوى معنوية (0.003) بمعامل ارتباط جزئي (0.223)، أي أن التأثير طردي ضعيف . بمعنى أنه كلما زاد المستوى الاجتماعي الاقتصادي زادت العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل ومستوى الرضا عن الجسد . وربما يرجع ذلك إلى أن تلك الفئة من ميسوري الحال يداومون على العناية بأنفسهن، وبالتالي قد تصبح متابعة برامج التجميل التليفيزيونية داما لرضائهن عن أجسادهن. **إن فقد ثبتت صحة الفرض الثالث ( ج ).**

5- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية والاستجابة السلوكية للقيام بعمليات التجميل - لاختبار صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون وكانت النتائج كما يلي:

#### جدول رقم (28)

العلاقة الارتباطية بين مستوى التعرض لبرامج التجميل والاستجابة السلوكية للقيام بعمليات التجميل

مستوى المعنوية	قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى مرتفع		مستوى متوسط		مستوى منخفض		مستوى التعرض الاستجابة السلوكية
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.091	0.118	16.1	20	29	36	54.8	68	استجابة منخفضة
		20.4	10	36.7	18	42.9	21	استجابة متوسطة
		20	1	60	3	20	1	استجابة مرتفعة
		17.4	31	32	57	50.6	90	الإجمالي

- يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستجابة السلوكية للقيام بعمليات التجميل لعينة الدراسة ومستوى التعرض لبرامج التجميل التلفزيونية، وذلك عند مستوى معنوية (0.091) وعندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.118). وتختلف تلك النتيجة مع دراسة (بيتري وآخريين) **Petrie et al.** (38) من أن الحالات (رجالاً ونساءً) التي أقيمت على إجراء جراحات تجميلية لإنقاص الوزن أو لإخفاء تأثير التقدم في السن على وجوههم أو تجميل الأسنان أجاب معظمهم بأنهم مشاهدون منتظمون لبرامج التجميل التلفزيونية. ومن بيانات الجدول (التكرارات والنسب) نلاحظ أن النسبة الأكبر من ذوات الاستجابة المنخفضة لإجراء تجميلي كانت هي النسبة الأكبر من ذوات التعرض الضعيف (المنخفض) لبرامج التجميل التلفزيونية، ومن ثم فقد يكون هناك تأثير يتمثل في أن عدم التعرض يجعل الاستجابة السلوكية للإجراء التجميلي ضعيفة، بسبب نقص المعلومات وسبل الإقناع لدى هذه الفئة التي لا تتعرض بشكل كافٍ ويمكن تفسير ذلك بأن التلفزيون يساعد على تلبية احتياجات الأفراد في حالة صعوبة تحقيقها في الواقع الفعلي، حيث يتحول هؤلاء الأفراد لوسائل الإعلام بهدف تحقيق هذه الحاجات ولو على المستوى الخيالي، وفي هذه الحالة تصبح وسائل الإعلام بديلاً للواقع الاجتماعي كما تشير دراسة إيمان مشرفة (39). حيث إن الأفراد يكتسبون خبراتهم ليس من التعاملات المباشرة لهم بل عن طريق التعرض أو الاستماع لقصص وروايات مختلفة حول ذات الحدث. إذن لم تثبت صحة الفرض الرابع.

6- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (التعليم- السن- المنطقة- المستوى الاجتماعي الاقتصادي) واتجاهات النساء نحو برامج التجميل المقدمة في التلفزيون.

يتفرع من هذا الفرض الرئيسي مجموعة من الفروض الفرعية كما يلي:  
الفرض الفرعي 5-1: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعليم عينة الدراسة واتجاهات النساء نحو برامج التجميل المقدمة في التلفزيون.  
لاختبار صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون وكانت النتائج كما يلي:

#### جدول رقم (29)

العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي لعينة الدراسة واتجاهاتها نحو برامج التجميل التلفزيونية

مستوى المعنوية	قيمة معامل ارتباط بيرسون	إيجابي		محايد		سلبى		الاتجاه نحو البرامج التعليم
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.043	0.152	6.5	4	11.8	11	16.7	4	متوسط فأقل
		87	53	82.8	77	79.2	19	جامعي
		6.5	4	5.4	5	4.1	1	دراسات عليا
		<b>35.4</b>	<b>61</b>	<b>51.7</b>	<b>93</b>	<b>12.9</b>	<b>24</b>	<b>الإجمالي</b>

مستوى معنوية	ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التعليم
0.065	2.778	0.66667	2	أقل من متوسط
		0.65884	2.22	جامعي
		0.51640	2.6	دراسات عليا

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المرحلة التعليمية لعينة الدراسة والاتجاه نحو برامج التجميل التلفزيونية، وذلك عند مستوى معنوية (0.043) وعندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.152)، وهي علاقة طردية ضعيفة. ويوضح الجدول أن النسبة الأكبر من ذوات الاتجاه الإيجابي نحو برامج التجميل كن من ذوي المؤهلات الجامعية (84.2%) كما أن المتوسط الحسابي الأعلى كان للحاصلات على دراسات عليا. أي أنه ثبتت صحة الفرض الفرعي الأول

الفرض الفرعي 5-2: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرحلة العمرية عينة الدراسة واتجاهات النساء نحو برامج التجميل المقدمة في التلفزيون.

لاختبار صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون وكانت النتائج كما يلي:

### جدول رقم ( 30 )

العلاقة الارتباطية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة واتجاهاتها نحو برامج التجميل التلفزيونية

مستوى المعنوية	قيمة معامل ارتباط بيرسون	إيجابي		محايد		سلبي		الاتجاه نحو البرامج المرحلة العمرية
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.661	0.033	1.6	1	7.6	7	4.3	1	أقل من 18 عامًا
		46	29	44.6	41	65.2	15	من 18 لأقل من 25 عامًا
		27	17	19.6	18	4.3	1	من 25 لأقل من 32 عامًا
		9.5	6	6.5	6	8.7	2	من 32 لأقل من 39 عامًا
		7.9	5	6.5	6	13	3	من 39 لأقل من 46 عامًا
		7.9	5	15.2	14	4.3	1	من 46 عامًا فأكثر
		<b>35.4</b>	<b>63</b>	<b>51.7</b>	<b>92</b>	<b>12.9</b>	<b>23</b>	<b>الإجمالي</b>

- يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة والاتجاه نحو برامج التجميل التلفزيونية، وذلك عند مستوى معنوية (0.661) وعندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.033). أي أنه لم تثبت صحة الفرض الفرعي الثاني.

الفرض الفرعي 5-3: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي لعينة الدراسة واتجاهات النساء نحو برامج التجميل المقدمة في التلفزيون.

لاختبار صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون وكانت النتائج كما يلي:

### جدول رقم ( 31 )

العلاقة الارتباطية بين المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة واتجاهاتها نحو برامج التجميل التلفزيونية

مستوى المعنوية	قيمة معامل ارتباط بيرسون	إيجابي		محايد		سلبي		الاتجاه نحو البرامج SES
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.260	0.082	38.1	24	47.8	44	56.5	13	مستوى منخفض
		46	29	41.3	38	17.4	4	مستوى متوسط
		15.9	10	10.9	10	26.1	6	مستوى مرتفع
		<b>35.4</b>	<b>63</b>	<b>51.7</b>	<b>92</b>	<b>12.9</b>	<b>23</b>	<b>الإجمالي</b>

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة والاتجاه نحو برامج التجميل التلفزيونية، وذلك عند مستوى معنوية (0.260) وعندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.082).

#### ملخص الدراسة

- تناولت هذه الدراسة تأثير تعرض المرأة المصرية لبرامج التجميل التلفزيونية على مستوى رضائها عن جسدها، ومدى تقبلها واستعدادها لفكرة إجراء التحول في شكل الجسم . وتم تطبيق استمارة استبيان على (178) مفردة في القاهرة والصعيد. وتوصلت النتائج إلى أن العلاقة بين التعرض لبرامج التجميل وصورة الجسد لدى المرأة المصرية ليست مباشرة ، بل تتوسطها بعض المتغيرات مثل المتغيرات الديموجرافية ، و مستوى المحافظة الدينية ، أما الحالة الاجتماعية للمرأة فلم تكن عاملا مؤثرا في العلاقة بين المتغيرين. كما أشارت النتائج إلى أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات مفردات العينة نحو برامج التجميل التلفزيونية وصورة الجسد لديهن، كما لم تثبت العلاقة بين مستوى التعرض لتلك البرامج ومستوى الاستجابة السلوكية للقيام بإجراء تجميلي. وأوصت عينة الدراسة - في إجاباتهن عن الأسئلة المفتوحة- صناع برامج التجميل بتحري المصداقية، والتوعية بالمخاطر المحتملة ، والتنوع في أعمار وفئات الجمهور المستهدف ، والعمل بهدف التوعية وتقديم الجديد والمتطور لا بغرض الدعاية للأطباء ومراكز التجميل.

- (1) Kavka, Misha ( 2006).Changing properties:The makeover show crosses the Atlantic.In: Heller D.(eds).**The great American makeover**.Palgrave Mcmillan,New York.pp211-229.Retrieved from:  
[https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780312376178\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780312376178_13)
- (2) Papacharissi, Z., & Mendelson, A. L.(2007). An exploratory study of reality appeal: Uses and gratifications of reality TV shows. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 51(2),
- (3) Nabi Robin L. (2009).Cosmetic surgery makeover programs and intentions to undergo cosmetic enhancement: A consideration of three models of media effects.**Human Communication Research**,Vol.35,issue 1,pp1-27
- (4) Ashikali E.Marina(et al.)(2014).The impact of cosmetic surgery reality tv shows on adolescent girls' body image.**Psychology of Popular Media Culture**,3(3),pp141-153.
- (5) Lee, Shu-Yueh (et al.)(2016).Reality TV, Materialism, and Associated Consequences: An Exploration of the Influences of Enjoyment and Social Comparison on Reality TV's Cultivation Effects. Retrieved from:<https://doi.org/10.1080/15456870.2016.1208659>
- (6) Suplee, Amanda F., (2014).”The effects of appearance- based reality shows on body image”. **Loma Linda University Electronic Theses Dissertations & Projects**. 314.<http://scholarsrepository.llu.edu/etd/314>
- (7) Ashikali E.Marina(et al.).**op.cit.**
- (8) Vonderen, Kristen E. &Kinnally, William (2012).Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure in the Broader Context of Internal and Other Social Factors. ,**American Communication Journal**, Spring,vol.14,issue2.Retrieved from  
<https://ac-journal.org/journal/pubs/2012/SPRING%202012/McKinnally3.pdf>
- (9) Egbert Nichole & Belcher James D..(2012)” Reality Bites: An Investigation of the Genre of Reality Television and Its Relationship to Viewers' Body Image”**Journal of Mass Communication & Society**, 15:407–431, Retrieved on 20September2018 from :  
<http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2011.583545>
- (10) Girl Scouts of the US (2011). Real to me: Girls and realty TV. Girl Scouts Homepage, Retrieved from  
<http://www.girlscouts.org/research/publications/girlsandmedia/>
- (11) Record, Rachael A.,(2011) Cultivating miracle perceptions:Cultivation theory and medical dramas.University of Kentucky Master's Theses. Paper 148. [http://uknowledge.uky.edu/gradschool\\_theses/148](http://uknowledge.uky.edu/gradschool_theses/148)

- (12) Leone, R., (2011) Are You For Real?: Gender Differences in Third-Person Perceptions about Body Image and exposure to reality makeover TV shows. A **paper submitted to the Mass Comm & Society Division of AEJMC for review for the annual meeting** in San Antonio, Texas.
- (13) Nabi Robin L. (2009). **op.cit.**
- (14) Albright, J. (2009). "Impossible Bodies: A comparison of TV viewing habits, body image and plastic surgery attitudes amongst college students in Los Angeles and Buffalo, New York. **Configurations: A Journal of Literature, Science and Technology.** Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- (15) Grose Michelle (2009). Individual body satisfaction and perception: The effect of the media's ideal body image on female college students. M.A at **[https://baylor-ir.tdl.org/bitstream/handle/2104/5322/Michelle\\_Grose\\_Masters.pdf?sequence=1](https://baylor-ir.tdl.org/bitstream/handle/2104/5322/Michelle_Grose_Masters.pdf?sequence=1)**
- (16) Lee Shu-Yueh (2009). The Cognitive Effects of Cosmetic Surgery Reality Shows – From a Priming Perspective. **PhD diss., University of Tennessee.** [https://trace.tennessee.edu/utk\\_graddiss/58](https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/58)
- (17) Petrie Keith J., (et al.) (2008). The effects of "appearance medicine" programs need closer scrutiny. **Med J Aust.** Sep. 1;189(5):244-5
- (18) Kubic Kelly N. & Chory Rebecca M. (2007). Exposure to makeover TV programs and perceptions of self. **Journal of Communication Research Reports.** Vol 24, Issue 4, pp283-291
- (19) Mazzeo Suzanne E., (et al.) (2007). Effects of a reality TV cosmetic surgery makeover program on eating disordered attitudes and behaviors. **Journal of Eating Behaviors.** Vol8, Issue3, pp390-397
- (20) Lee Shu-Yueh (2007). She May Have That Done: The Third-Person Effect in Plastic Surgery TV Programs. A manuscript submitted to the Mass Communication and Society Division **AEJMC Convention Paper Call.** Retrieved from:  
<http://journalism.ku.edu/sites/journalism.ku.edu/files/docs/March2018ttleeCV.pdf>
- (19) Leone, Ron (2011). Are You For Real?: Gender Differences in Third-Person Perceptions about Body Image and Exposure to Reality Makeover Television Shows. A **paper submitted to the Mass Comm & Society Division of AEJMC for review for the annual meeting** in San Antonio, Texas.
- (20) Shu-Yueh Lee (2007). **op.cit**
- (21) Conners, Joan. (2007) "Ethics in Plastic Surgery TV Portrayals: Cautions and Warnings, or Only the "Wow"?" **Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention, TBA, Chicago,**

IL, Nov 15. Retrieved from:

<[http://citation.allacademic.com/meta/p194911\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p194911_index.html).

(22) Vondren&Kinnally, **op.cit.**

(23) مروة رضوان " معالجة المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التلفزيون المصري لقضايا حقوق الطفل "رسالة ماجستير غير منشورة ( جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).

(24) Reyes, Rosanna. Cultivation Theory And Stereotypes Of Latinidad In Desperate Housewives. **Unpublished M.A.** (United States: Taxes University. 2008). P 8.

<https://digitalcommons.utep.edu/dissertations/AAI1458449/>

(25) Shrum, L., J., **Cultivation Theory: Effects and underlying processes.**

The International Encyclopedia of Media Effects. Patrick Rössler (Editor-in-Chief), Cynthia A. Hoffner, and Liesbet van Zoonen (Associate Editors). ©2017 John Wiley & Sons, Inc. Published. Retrieved from

[https://www.researchgate.net/publication/314395025\\_Cultivation\\_Theory\\_Effects\\_and\\_Underlying\\_Processes](https://www.researchgate.net/publication/314395025_Cultivation_Theory_Effects_and_Underlying_Processes)

(26) Morgan, M. (2009). Cultivation analysis and media effects. In R. Nabi & M. B. Oliver (Eds.), **The Sage hand book of media processes and effects** (pp. 69–82). Thousand Oaks, CA: Sage.

(27) Shrum, L., J., **op.cit.**

(28) Nicole Beasley (2018). How the social comparison affects you? <https://www.betterhelp.com/advice/general/how-the-social-comparison-theory-affects-you/>

(29) Corcoran, K., Crusius, J., & Mussweiler, T. (2011). Social comparison: Motives, standards, and mechanisms. In D. Chadee (Ed.), *Theories in social psychology* (pp. 119-139). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.

(30) Myers A., Taryn & Crowther H., Janis. Social comparison as a Predictor of Body Dissatisfaction: A Meta-Analytic Review. **Journal of Abnormal Psychology** © 2009 American Psychological Association 2009, Vol. 118, No. 4, 683–698

Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1037/a0016763>.

(31) Conners, Joan. **op.cit.**

(32) Lee, Shu-Yueh (et.al.) (2016), **op.cit.**

(33) Record, Rachael, **op.cit**

(34) Grose, Michelle. **op.cit.**

(35) Albright, J., **op.cit.**

(36) **Ibid.**

(37) Boyd, R., Elizabeth and Jessica Moncrieff-Boyd . Swimsuit issues: promoting positive body image in young women's magazines. **Health Promotion Journal of Australia** 2011; 22: 102-6. Retrieved from:

[http://www.academia.edu/9400238/Swimsuit\\_Issues\\_Promoting\\_Positive\\_Body\\_Image](http://www.academia.edu/9400238/Swimsuit_Issues_Promoting_Positive_Body_Image)

(38) Petrie, Keith (et al.).**op.cit.**

(39) Mosharafa,E.,. All you Need to Know About: The Cultivation Theory.

**Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: A Arts & Humanities – Psychology**. Vol 15 Issue 8 Version 1.0 .2015. pp 23-24.

### ملاحق الدراسة

#### 1- متابعة برامج التجميل/التخسيس التليفزيوني

##### جدول (32)

النسبة	التكرار	مدى المتابعة
73.6	131	أتابعها أحياناً
21.3	38	لا أتابعها أبداً
5.1	9	أتابعها باستمرار
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

#### 2-فترة متابعة برامج التجميل/التخسيس

##### جدول (33)

النسبة	التكرار	مدة المتابعة
39.9	71	من سنة لثلاث سنوات
32.6	58	أكثر من ثلاث سنوات
27.5	49	أقل من سنة
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

#### 2- الوقت المنقضى بشكل عام في متابعة برامج التجميل/التخسيس على مدار الأسبوع

##### جدول (34)

النسبة	التكرار	الوقت المنقضى
51.1	91	أقل من ساعة
38.2	68	من ساعة لثلاث ساعات
10.7	19	من ثلاث ساعات فأكثر
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

أكثر نوعية البرامج التي بتفضلي متابعتها بالنسبة للتجميل/التحسيس

جدول (35)

النسبة	التكرار	نوعية البرامج
38.2	153	برامج النيو لوك من خلال الماكياج والملابس
32.5	130	برامج علاج السمنة والنحافة
29.3	117	برامج تقدم عمليات التجميل
<b>100</b>	<b>400</b>	<b>الإجمالي</b>

المستوى الاقتصادي الاجتماعي لعينة الدراسة

جدول (36)

النسبة	التكرار	المستوى الاقتصادي
14.6	26	مستوى اقتصادي مرتفع
39.9	71	مستوى اقتصادي متوسط
45.5	81	مستوى اقتصادي منخفض
<b>100</b>	<b>178</b>	<b>الإجمالي</b>

- 
- \*تم تحكيم الاستمارة على مجموعة من أساتذة كلية الإعلام جامعة القاهرة وهم : أ.د/خالد صلاح-أ.د/عزة عبد العظيم – أ.د ثريا البدوي –أ.د/شيماء ذو الفقار. وتم عمل التعديلات المطلوبة.
- الأسئلة التي تقيس كثافة التعرض مدرجة بملاحق الدراسة
- عندما تزيد قيمة الوزن المرجح عن قيمة (50) درجة، فيعني ذلك أن إجابات عينة الدراسة تميل نحو الصفة الإيجابية، بينما عندما تقل قيمة الوزن المرجح عن قيمة (50) درجة فإن إجابات عينة الدراسة تميل نحو الصفة السلبية.