

تأثير مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي على المنظومة القيمية والرضا عن صورة

الجسد لدى الطلبة في الأردن

إعداد

دلال "محمد هشام" أيوب الزغير

إشراف

الدكتورة رند بشير عربيات

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على تأثير مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي على المنظومة القيمية والرضا عن صورة الجسد لدى الطلبة في الأردن، استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي الإرتباطي، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية العنقودية من المدارس التابعة لمديرية التربية والتعليم للواء الجامعة في عمان، الأردن بواقع (465) طالباً وطالبة من الصف العاشر، وقد طبقت المقاييس خلال الفصل الثاني من العام الدراسي (2023-2024)، وللتحقق من أغراض الدراسة قامت الباحثة بتطوير مقياس تأثير مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي المكون من (23) فقرة، ومقياس القيم المكون من (29) فقرة، ومقياس الرضا عن صورة الجسد والمكون من (26) فقرة، وبعد التأكد من صدق وثبات المقاييس، تم تطبيقها على عينة الدراسة، أشارت النتائج الى أن مستوى القيم ومستوى الرضا عن صورة الجسد لدى المراهقين جاء مرتفعاً، بينما جاء مستوى تأثير مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي متوسطاً. وأظهرت النتائج كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لكل من تأثير مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي والرضا عن صورة الجسد لدى طلبة الصف العاشر تعزى لمتغيري (الجنس، ونوع المدرسة)، وكذلك عدم وجود فروق ذات

دلالة إحصائية لتأثير المنظومة القيمية على طلبة الصف العاشر تعزى لمتغير الجنس، بينما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لأبعاد القيم (الثقافية والعلمية، والقيم الوطنية، والقيم الجمالية) تعزى لمتغير نوع المدرسة وذلك لصالح المدارس الحكومية، أما فيما يتعلق ببعدها القيم الإجتماعية فقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وأظهرت النتائج أن العلاقة بين تأثير مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي والقيم لدى الطلبة في الأردن كانت علاقة إرتباطية موجبة، بينما العلاقة بين تأثير مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي والرضا عن صورة الجسد لدى الطلبة في الأردن فكانت علاقة إرتباطية سالبة. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها: أن يكون هناك جهات مختصة لمراقبة المحتوى الذي يتم تقديمه من قبل مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي، كذلك توعية الطلاب بحقيقة ظاهرة المشاهير.

الكلمات المفتاحية: مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي، القيم، الرضا عن صورة الجسد، المراهقين.

The Influence of Social Media Celebrities on the Value System and Satisfaction with Body Image Among Students in Jordan

Prepared by

Dalal “Mohammad Hisham” Ayoub Al. Zgaier

Supervisor

Dr. Rand Basheer Arabiyat

Abstract

The current study aimed to identify The influence of social media celebrities on the value system and satisfaction with body image among students in Jordan. This study used the descriptive correlational method. The study sample was selected by cluster random method from the Directorate of Education of the University District schools in Amman, Jordan, it consisted of (465) students from the tenth grade, and the measures were applied during the second semester of the academic year (2023-2024). To achieve the purposes of the study, the researcher developed a measure of the influence of social media celebrities consisting of (23) items, a values scale consisting of (29) items, and satisfaction with body image scale, which consists of (26) items. After ensuring the validity and reliability of the measures, they were applied to the study sample. The results indicated that the level of values and the level of satisfaction with body image among adolescents was high, while the level of influence of social media celebrities was moderate. The results also showed that there were no statistically significant differences in the influence of social media celebrities and satisfaction with body image among tenth-grade students

due to the variables (gender and type of school), as well as, no statistically significant differences for the influence of the value system among tenth-grade students due to the gender variable. The results showed statistically significant differences between the means of the value dimensions (cultural and scientific, national values, aesthetic values) due to the type of school variable in favor of government schools. The results of the social values dimension showed no statistically significant differences. The results also show that there is a relationship between the influence of social media celebrities and the values among students in Jordan, which was a positive correlation. In contrast, the relationship between the influence of social media celebrities and satisfaction with body image among students in Jordan was a negative correlation. The study concluded with a set of recommendations, the most important of which are: There should be competent authorities to monitor the content presented by social media celebrities and educate students about the reality of the celebrities' phenomenon.

Keywords: influence of social media celebrities, values, satisfaction with body image, adolescents.