

## الأثر الفكري والجمالي في تقديم محتوى الطب التجميلي للمرأة عبر السوشل ميديا

### The intellectual and aesthetic impact in presenting cosmetic medicine

#### content to women via social media

مدرس دكتور الحمزه حسن محمد

Teacher, Dr. Al-Hamza Hassan Muhammad

جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة / قسم الفنون السينمائية والتلفزيونية

University of Baghdad / College of Fine Arts / Department of Cinema and Television Arts

[Alhamza.H@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:Alhamza.H@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

#### الملخص

هدفت الدراسة الى التعرف على الأثر الفكري والجمالي في تقديم محتوى الطب التجميلي للمرأة عبر السوشل ميديا وتمثل المنهج في المنهج الوصفي المسحي وأداة البحث تمثت في الاستبيان، وقد بلغت العينة (٣٠٠) سيدة عراقية وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها المحتوى المتعلق بالطب التجميلي على السوشل ميديا يؤثر على تصور النساء لأنفسهن. قد يساهم في تعزيز الثقة بالنفس والتركيز على الجوانب الإيجابية. وفي الوقت نفسه، يمكن أن يسبب توترًا نفسيًا وانخفاض رضا النساء عن مظهرهن الشخصي. المحتوى المتعلق بالطب التجميلي على السوشل ميديا يعزز الضغط على النساء لإجراء عمليات تجميلية. يتم تعريضهن للمظاهر المثالية والمقارنة بين أنفسهن والآخرين، وأوصت الدراسة بأن ما يجب متابعته عبر السوشل ميديا يجب أن يكون موثق ومن مصادر معروفة وليس لأي شخص أو جهة تتدعي بأنها تجميلية.

الكلمات المفتاحية : ( الأثر الفكري ، الأثر الجمالي ، الطب التجميلي ، التجميل ، السوشل ميديا )

**Abstract**

The study aimed to identify the intellectual and aesthetic impact of presenting cosmetic medicine content to women through social media platforms. The approach was the descriptive and scanned approach, and the research tool was the questionnaire. The sample reached (300) Iraqi women, and the study reached several results, the most important of which is the content related to medicine. Cosmetic makeup on social media platforms affects women's perception of themselves. It may contribute to enhancing self-confidence and focusing on positive aspects. At the same time, it can cause psychological stress and lower satisfaction in women with their personal appearance. Content related to cosmetic medicine on social media platforms increases pressure on women to undergo cosmetic surgery. They are exposed to ideal appearances and comparison between themselves and others, and the study recommended that what should be followed on social media platforms should be documented and from known sources and not by any person or entity claiming that it is cosmetic.

**Key words**

- Intellectual impact
- Aesthetic effect
- Aesthetic medicine
- Beautification
- Social media

## المقدمة :

يعيش عالمنا المعاصر في عصر الاتصال السريع والتطور التكنولوجي الهائل، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها منصات السوشل ميديا، جزءًا لا يتجزأ

التأثير على مفهوم الجمال والمظهر الخارجي للمرأة.

في سياق التطورات الحديثة في مجال الطب التجميلي، أصبحت السوشل ميديا المنبر الأكثر تأثيرًا للتعبير عن الجمال والمظهر الخارجي للمرأة. فمن خلال هذه المنصات، يتم تبادل الأفكار والمعلومات والنصائح المتعلقة بالجمال، ويتم عرض النتائج والتحويلات التي يحققها الأفراد بفضل الإجراءات الجمالية (سواعي، ٢٠٢٠، صفحة ٤٦).

يهدف هذا البحث إلى دراسة الأثر الفكري والجمالي لمحتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا على النساء. تم اختيار هذا البحث بناءً على الأهمية المتزايدة للسوشل ميديا وتأثيرها الكبير على الثقافة والمجتمع. يعتبر البحث في هذا المجال ضروريًا لفهم الآثار الفكرية والاجتماعية للمحتوى وكيفية تأثيره على تصور النساء لأنفسهن وصورتهم الشخصية.

وعن عدم القيام بالبحث الحالي في هذا المجال هو عدم وجود دراسات موثوقة وشاملة تحلل تأثير المحتوى للطب التجميلي على النساء. يفترق البحث الحالي إلى البيانات المحدثة والنقد المستنير لهذا النوع من المحتوى. لذلك، يعد هذا البحث مساهمة هامة في مجال الدراسات الاجتماعية والنفسية والإعلامية لفهم تأثير السوشل ميديا على صحة النساء وصورتهم الذاتية.

## المبحث الأول: الاطار المنهجي للبحث

## أولاً: مشكلة البحث

مشكلة البحث تتمثل في عدم توافر الدراسات التي تناقش وتحلل الأثر الفكري والجمالي لمحتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا على النساء العراقيات. هناك ضعف في البيانات المحدثة والنقد المستنير لهذا النوع من المحتوى. وبالتالي، فإن عدم القيام بالبحوث في هذا المجال يؤدي إلى عدم توفر معرفة كافية حول التأثير الحقيقي لهذا المحتوى على تصور النساء لأنفسهن وعلى صورتهم الشخصية. هذه المشكلة تتطلب إجراء دراسات أكثر شمولاً وتحليلاً لفهم

تأثير السوشل ميديا على النساء، وتحديد العوامل المؤثرة والتدابير اللازمة لتعزيز الصحة النفسية والتصوّر الذاتي للنساء في هذا السياق.

### سؤال البحث الرئيسي:

ما هو الأثر الفكري والجمالي لمحتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا لدى النساء العراقيات؟

### تساؤلات البحث الفرعية:

١. ما هي المعايير الجمالية والتصورات الشخصية للنساء الحديثة المتأثرة بمحتوى الطب التجميلي عبر منصات السوشل ميديا؟

٢. كيف يؤثر المحتوى للطب التجميلي على تصوّر النساء لأنفسهن؟

٣. ما هي الآثار النفسية والاجتماعية لتأثير المحتوى للطب التجميلي على النساء العراقيات؟

### ثانياً: أهمية البحث

والتي تنقسم بدورها إلى أهمية نظرية وأهمية تطبيقية:

### أهمية نظرية:

١. يساهم هذا البحث في توسيع المعرفة النظرية حول تأثير تقديم محتوى الطب التجميلي للمرأة عبر السوشل ميديا على تصوّر النساء لأنفسهن وصورتهم الشخصية.

٢. يساعد في فهم كيفية تشكيل الأفكار والمعتقدات الجمالية لدى النساء وكيف يؤثر ذلك في تحقيق التوازن النفسي والثقة بالنفس.

٣. يساهم البحث في توضيح رؤى حول الأثر المجتمعي على النساء العراقيات نتيجة التعرض لمحتوى الطب التجميلي،

**أهمية تطبيقية:**

١. يقدم هذا البحث معلومات قيمة لأصحاب العلامات التجارية والمعلنين في مجال الطب التجميلي لفهم كيفية تقديم المحتوى بطريقة تعزز الصحة النفسية والتصوّر الإيجابي للمرأة.
٢. يساعد في توجيه النساء بشأن كيفية تقييم المحتوى الجمالي والفكري المقدم عبر التواصل الاجتماعي واتخاذ قرارات صحية ومتوازنة بشأن العناية بالجمال.

**ثالثاً: أهداف البحث**

يهدف البحث إلى:

١. فهم الأثر الفكري والجمالي لتقديم محتوى الطب التجميلي للمرأة عبر منصات السوشل ميديا.
٢. تحليل تأثير المحتوى الجمالي والفكري على تصور النساء لأنفسهن وصورتهم الشخصية.
٣. تحديد العوامل التي تؤثر في تقديم المحتوى التجميلي للمرأة.

**رابعاً: مجتمع البحث**

يتمثل مجتمع البحث في سيدات دولة العراق خلال العام ٢٠٢٤

**خامساً: عينة البحث**

تمثلت في عينة عشوائية من سيدات دولة العراق بلغ عددهم (٣٠٠) سيدة واللاتي تطوعن بشكل عشوائي لإجراء الدراسة الحالية.

**سادساً: منهج البحث**

يتبع البحث الحالي المنهج الوصفي المسحي عبر الاستبانة وهو لوصف الواقع من خلال رصد آراء عينة تطوعية من سيدات العراق.

**سابعاً: حدود البحث**

الحد الزمني: العام ٢٠٢٤

الحد المكاني: العراق - بغداد

ثامناً: مفاهيم البحث

### ١. الأثر الفكري (التأثير الفكري):

الأثر الفكري يشير إلى التأثير الذي يتركه فكر أو فكرة على العقل والتفكير. حيث أن أن يكون للأفكار تأثير كبير على الآراء والمعتقدات والسلوكيات للأفراد والمجتمعات (سمهان، ٢٠٢٣، صفحة ٤٨٠) إجرائياً: التأثير الفكري على عينة من السيدات والذي يظهر في معتقداتهن وسلوكهن بسبب المحتوى الطبي على السوشل ميديا.

### ٢. الأثر الجمالي:

الأثر الجمالي يشير إلى التأثير الذي يتركه الجمال أو الجمالية على الفرد أو المجتمع. حيث أن أن يشمل ذلك التأثير على الإحساس بالجمال، والتقدير للفن والروعة، وأيضاً التأثير على الثقة بالنفس والصورة الذاتية (اكرام، ٢٠١٧، صفحة ٦٣). إجرائياً: التأثير الجمالي على عينة من السيدات والذي يظهر في اتجاههن إلى تغير جمالي بسبب المحتوى الطبي على السوشل ميديا.

### ٣. الطب التجميلي:

الطب التجميلي هو فرع من الطب يهتم بتحسين المظهر الجمالي للأفراد من خلال إجراءات طبية. حيث أن أن يشمل ذلك إجراءات مثل تجميل الوجه، وزراعة الشعر، وتجميل الجسم، وتكبير الصدر، وتصحيح العيوب الجسدية، والعديد من الإجراءات الأخرى التي تهدف إلى تحسين المظهر الجمالي (اليافعي، ٢٠١٩) إجرائياً: هو محتوى الطب التجميلي الذي يهتم بالناحية الجمالية والذي يعرض على مواقع السوشل ميديا.

### ٤. المحتوى:

المحتوى يشير إلى المعلومات والأفكار والصور والفيديوهات والمقالات والمواد الأخرى التي يتم تقديمها عبر وسائط مختلفة مثل الإنترنت والتلفزيون والمجلات والصحف وغيرها. يتم إنشاء المحتوى لغرض معين مثل الترفيه، التثقيف، الترويج، أو توفير المعلومات (امينة، ٢٠٢٠، صفحة ٥٨) إجرائياً: هو محتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتبع المجالي الجمالي ويؤثر على المآة فكرياً وجمالياً.

## ٥. منصات السوشل ميديا:

السوشل ميديا تشير إلى مواقع الإنترنت وتطبيقات الهاتف الذكي التي تتيح للأفراد التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض من خلال مشاركة المحتوى والتعليق عليه. تشمل السوشل ميديا مثل فيسبوك، وتويتير، وإنستغرام، وسناب شات، ويوتيوب، ولينكد إن، وغيرها (العتيبي، ٢٠١٦، صفحة ٣٣) إجرائياً: التواصل الاجتماعي هي منصات الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية التي تمكّن المستخدمين من إنشاء ومشاركة المحتوى والتواصل مع الآخري، يتم عرض المحتوى الجمالي على هذه المنصات من خلال مشاركة صور وفيديوهات تتعلق بالجمال.

٦. نظرية الاستخدامات والاشباعات هي النظرية الموجه للبحث حيث توضح هذه النظرية كيف يستخدم الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق احتياجاتهم وإشباع رغباتهم. يمكن دراسة دوافع واحتياجات النساء العراقيات في التعرض لمحتوى الطب التجميلي عبر المنصات (آيت، ٢٠١٢، صفحة ٢٠)

## تاسعاً: الدراسات السابقة

## المحور الأول: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي

١. هدفت دراسة أحمد جاد الكريم (٢٠٢٣، ٢٦) الى التعرف على دور جامعة العريش في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتنمية القيم والأمن الفكري لدى طلابها. وتوصلت إلى توفير مقترح لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال من قبل جامعة العريش لتعزيز القيم والأمن الفكري لدى طلابها.

٢. سعت دراسة قوسم الى معرفة تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا. وتوصلت إلى توفير فهم أعمق لتأثير الشائعات على انتشار الأخبار والمعلومات الخاطئة حول جائحة كورونا، وتوصيات للتصدي لهذه الشائعات وتعزيز مصداقية المعلومات.

٣. هدفت دراسة (الزهراني، ٢٠١٨، صفحة ١٨) محمد خبراني وأحمد الزهراني الى دراسة ممارسات مرتادي وسائل التواصل الاجتماعي وخطرها على الأمن الفكري. وتوصلت إلى تحديد ممارسات مرتادي وسائل التواصل الاجتماعي التي تشكل تهديداً على الأمن الفكري، وتوفير توصيات للتعامل مع هذه التحديات.

٤. سعت دراسة امينة ومزيان (امينة، ٢٠٢٠، صفحة ١٩) الى معرفة الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك. وتوصلت إلى تحليل الأساليب الإقناعية المستخدمة في صفحة

ويب طب على الفيسبوك وتقديم دراسة تحليلية للمضامين الصحية، وفهم تأثير هذه الأساليب على المستخدمين والتوصيات لتحسين الاتصال الصحي.

### المحور الثاني: دراسات تناولت الطب التجميلي

١. هدفت دراسة محمد عطون (٢٠٢٠، ٢١) الى معرفة القانون وتنظيم الطب التجميلي. وتوصلت إلى توفير دراسة متعمقة للقوانين المتعلقة بممارسة الطب التجميلي وتنظيمه، وقدمت توصيات لتحسين السياسات واللوائح المتعلقة بهذا المجال.

٢. سعت دراسة حسين اليافعي وعمار محمد (اليافعي، ٢٠١٩، صفحة ٢٠) الى معرفة مسؤولية الطبيب المدنية عن الأضرار في التدخلات الطبية التجميلية. وتوصلت إلى تحديد مسؤولية الأطباء في التدخلات الطبية التجميلية وتوفير توصيات لتعزيز المساءلة والمسؤولية في هذا السيامجال.

٣. هدفت دراسة اكرام محمد محمود (اكرام، ٢٠١٧، صفحة ٢٣) الى معرفة المعلومات الطبية المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الأطباء والمستخدمين. وتوصلت إلى تقديم تحليل شامل للمعلومات الطبية المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفهم وجهات نظر الأطباء والمستخدمين حولها، وتبسيط الضوء على الفوائد والتحديات المرتبطة بهذه المعلومات.

٤. سعت دراسة موراح ولعريوي وبلغول ويمينة (ويمينة، ٢٠٢٣، صفحة ١٨) الى دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الصحي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي. وتوصلت إلى تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، وتوصيات للممارسات الفعالة والتوعية المستهدفة لتحسين الوعي الصحي في هذا السياق.

### تعقيب على الدراسات السابقة:

قدمت الدراسات السابقة رؤى قيمة حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها في سياقات مختلفة. والخيط المشترك هو فحص كيفية الاستفادة من منصات وسائل التواصل الاجتماعي، والتأثيرات التي يمكن أن تحدثها على المجتمع، والتوصيات لمعالجة التحديات التي تمثلها.

تستكشف دراسة أمين جاد الكريم حسنين كيف يمكن لجامعة العريش استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال لتعزيز القيم والأمن الفكري بين طلابها. والوجبة الرئيسية هي تطوير مقترح لتسخير وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة منتجة لتحقيق هذه الأهداف.

وتبحث دراسة قصي في تأثير الشائعات المتداولة على وسائل التواصل الاجتماعي بخصوص جائحة كورونا وأثرها على مصداقية نشر المعلومات. وهذا يوفر فهماً أعمق لكيفية انتشار المعلومات الخاطئة بسرعة عبر الإنترنت ويقدم توصيات لمواجهة هذه الشائعات وتعزيز مصداقية المعلومات.

يبحث محمد بن علي موسى الخبراني وأحمد بن عثمان الزهراني في ممارسات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي التي تشكل تهديداً للأمن الفكري. وهذا أمر مهم في تحديد السلوكيات الإشكالية التي يمكن أن تقوض الأمن الفكري وتقديم التوجيه بشأن مواجهة هذه التحديات.

وتحلل الدراسة التي أجراها أمين وموزيان تقنيات الإقناع المستخدمة في صفحة الفيسبوك الخاصة بموقع "Webteb" والتي تركز على الصحة. ويقدم هذا نظرة ثاقبة حول كيفية توصيل المعلومات الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير هذه التقنيات على المستخدمين، إلى جانب توصيات لتحسين التواصل الصحي.

وقد شمل المحور الثاني دراسات مرتبطة بالطب التجميلي والتي فيها تناولت دراسة محمد عطون ركزت على التشريعات والتنظيم القانوني للطب التجميلي، وخرجت بتوصيات لتحسين السياسات واللوائح في هذا المجال. هذا أمر مهم لضمان ممارسة الطب التجميلي بطريقة مسؤولة وآمنة. ودراسة حسين الياضي وعمار محمد بحثت في مسؤولية الأطباء المدنية عن الأضرار الناجمة عن التدخلات الطبية التجميلية. هذا يعكس الحاجة إلى تعزيز المساءلة وتحديد المسؤوليات بشكل واضح. ودراسة إكرام محمد محمود تناولت موضوع المعلومات الطبية المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وفهم وجهات نظر الأطباء والمستخدمين حيالها. هذا يبرز أهمية ضمان موثوقية المعلومات الطبية المتداولة عبر هذه المنصات.

توضح هذه الدراسات التطبيقات والآثار المتنوعة لوسائل التواصل الاجتماعي، والتي تغطي جوانب مثل التعليم والصحة والأمن ومصداقية المعلومات. تقدم التوصيات المقدمة في كل دراسة رؤى عملية للاستفادة بشكل فعال من وسائل التواصل الاجتماعي مع التخفيف من آثارها السلبية المحتملة. تبرز هذه الدراسات الحاجة إلى تنظيم الطب التجميلي وتعزيز المساءلة والموثوقية والتوعية الصحية في هذا المجال. هناك فرصة لدمج النتائج والتوصيات الواردة في هذه الدراسات لتحسين ممارسات الطب التجميلي وتعزيز الآثار الإيجابية منه على الصحة والرفاه.

## المبحث الثاني:

## الأثر الفكري

## التعريف:

يشير الأثر الفكري إلى التأثير الذي يتركه فكر أو فكرة على العقل والتفكير. حيث أن أن يكون للأفكار تأثير قوي على الآراء والمعتقدات والسلوكيات والتصرفات للأفراد والمجتمعات (محمد، ٢٠١٩، صفحة ٤٢)

## أهداف الأثر الفكري:

يشير محمد (٢٠١٩، ٦٠) إلى أن الاهداف تتمثل في:

١. فهم كيفية تشكل وانتقال الأفكار والمعتقدات في المجتمعات والثقافات.
٢. دراسة تأثير الأفكار على التصرفات والاختيارات الشخصية والجماعية.
٣. تحليل آليات نقل الأفكار والتأثير على الرأي العام وصنع القرارات.

## أهمية الأثر الفكري:

يشير أحمد جاد الكريم (الكريم، ٢٠٢٣، صفحة ٦٨٠)

١. يساهم في تطوير المعرفة والثقافة من خلال تبادل الأفكار والمعتقدات والتجارب.
٢. يؤثر في توجيه السلوك الإنساني وتشكيل التوجهات الاجتماعية والسياسية.
٣. يساعد في تغيير الأفكار السائدة والنهوض بالتحول الاجتماعي والثقافي.

## الأثر الفكري:

يؤدي الأثر الفكري إلى تغيير النظرة للأشياء، وتحفيز التغيير والابتكار، وتحسين الوعي والتفاهم بين الأفراد والمجتمعات، وتعزيز التطور الثقافي والعلمي. حيث أن للأفكار القوية أن تؤثر في القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية، وتكون دافعاً للتغيير والتحسين في المجتمع (Binalrima، ٢٠١٩، صفحة ٥٦).

## الأثر الجمالي

تعريف الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي للمرأة:

الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي للمرأة يشير إلى التأثير الذي يتركه تحسين المظهر الجمالي على الفرد وتأثيره على الثقة بالنفس والرضا الذاتي. يتعلق هذا الأثر بإجراءات وعلاجات تجميلية مثل تجميل الوجه، وتجميل الجسم، وعلاجات تجاعيد الجلد، وشد الوجه، وتكبير وتصغير الثدي، وعمليات تجميل أخرى ذات صلة (اليافعي، ٢٠١٩، صفحة ٤٩)

أهداف الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي للمرأة تتمثل في التالي كما يبينها Aljukhadar (٢٠٢٠، ٢٩٠):

١. تحسين الجمال والمظهر الخارجي: يهدف الأثر الجمالي في هذا السياق إلى تحسين مظهر النساء وجعلهن يشعرن بالثقة والجاذبية.

٢. زيادة الثقة بالنفس: يسعى الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي لتعزيز الثقة بالنفس لدى النساء وتعزيز شعورهن بالرضا الذاتي.

٣. تحسين الصحة النفسية: يهدف الأثر الجمالي أيضاً إلى تحسين الصحة النفسية للنساء وتعزيز شعورهن بالسعادة والرفاهية

## أهمية الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي للمرأة:

يشير (قوسم، ٢٠٢١، صفحة ٥١) و Perloff (٢٠١٤، ٣٦٥) الى التالي:

١. تحسين الجودة الحياتية: يعتبر الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي للمرأة أهمية كبيرة في تحسين جودة حياة النساء والمساهمة في رفع مستوى سعادتهن وراحتهن النفسية.

٢. تعزيز الثقة والتفاعل الاجتماعي: حيث أن للأثر الجمالي في التجميل المرأة أن يعزز ثقتها بنفسها ويساعدها على التفاعل الاجتماعي بثقة ويسهم في تحسين العلاقات الشخصية والمهنية.

٣. تعزيز الصحة النفسية والرفاهية: يلعب الأثر الجمالي دوراً هاماً في تعزيز الصحة النفسية للمرأة والمساهمة في رفاهيتها العامة وشعورها بالسعادة والرضا ويمكن استنتاج دور الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي للمرأة في:

١. تحسين النظرة للذات حيث أن لأثر الجمالي أن يساهم في تحسين نظرة المرأة لذاتها وتقبلها لمظهرها الجسدي.
٢. تعزيز الثقة بالنفس حيث يساعد الأثر الجمالي في تعزيز ثقة المرأة بنفسها من خلال تحسين مظهرها الجمالي واستعادة الثقة في جاذبيتها الشخصية.
٣. تحسين الصحة النفسية والعافية حيث أن الأثر الجمالي في مجال الطب التجميلي أن يساهم في تحسين الصحة النفسية والعافية العامة للمرأة، حيث قد يؤدي إلى تقليل القلق والاكتئاب وزيادة الشعور بالسعادة والرضا الذاتي.
٤. تعزيز الجودة الحياتية: حيث أن للأثر الجمالي أن يحسن جودة حياة المرأة ورفاهيتها العامة، حيث يساهم في زيادة الرضا والسعادة والاحساس بالانتماء والتفاعل الاجتماعي الإيجابي

### الطب التجميلي عبر السوشل ميديا

يشير أحمد (الكريم، ٢٠٢٣، صفحة ٢٠٠) إلى أن الطب التجميلي هو فرع من الطب يهتم بتحسين المظهر الجمالي للفرد من خلال إجراءات وعلاجات غير جراحية أو جراحية. يهدف إلى تحسين الجمال الطبيعي وتصحيح العيوب الجمالية وتعزيز الثقة بالنفس. يشمل الطب التجميلي عددًا من الإجراءات مثل تجميل الوجه، وعلاجات التجاعيد، وتكبير وتصغير الثدي، وتجميل الجسم، والعديد من الإجراءات الأخرى التي تهدف إلى تحسين المظهر الجمالي للفرد. مع ظهور وتطور وسائل التواصل الاجتماعي مثل السوشل ميديا، أصبح للطب التجميلي حضور قوي ومؤثر عبر هذه القنوات. يعزز استخدام التواصل الاجتماعي للترويج لخدمات الطب التجميلي الوعي بالعلاجات والإجراءات المتاحة وحيث أن هـ أن يؤثر بشكل كبير على اتجاهات الموضة ومعايير الجمال (ويمينة، ٢٠٢٣، صفحة ٢٤).

من خلال السوشل ميديا، حيث أن للأشخاص البحث والاستفسار عن الإجراءات التجميلية المختلفة والتعرف على الخبراء والأطباء المتخصصين في هذا المجال. يتم تبادل الخبرات والنصائح والمشاركة في قصص النجاح والتجارب الشخصية، مما يساهم في زيادة الوعي وفهم الأفراد للطب التجميلي (Pérez-Vega, 2018, p. 340).

ومن الجوانب الإيجابية لتواجد الطب التجميلي عبر التواصل الاجتماعي هو توفير منصة للتواصل المباشر بين الأطباء والمرضى المحتملين. حيث أن للأشخاص طرح الأسئلة والاستفسارات والحصول على إجابات من الأطباء المؤهلين، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مطلعة بشأن الإجراءات التجميلية التي يرغبون في إجرائها (ويمينة، ٢٠٢٣، صفحة ٢٦).

**مميزات الطب التجميلي عبر الإنترنت:**

ويشير هنا احمد (٢٠٢٣، ٣٢). الى:

١. سهولة الوصول: يعتبر الإنترنت وسيلة سهلة ومريحة للحصول على معلومات حول الإجراءات التجميلية والخدمات المتاحة. حيث أن البحث عن المعلومات والاستفسارات والاطلاع على تجارب الآخرين بسهولة من أي مكان وفي أي وقت.

٢. تواصل مباشر: يوفر الإنترنت منصة للتواصل المباشر مع الأطباء والخبراء في مجال الطب التجميلي. حيث أن للأشخاص قدرة على طرح الأسئلة والاستفسارات والحصول على إجابات سريعة ومدروسة من الخبراء. هذا يساعد على توفير الوقت والجهد في الحصول على المعلومات اللازمة.

٣. المشاركة والتجارب الشخصية: حيث أن للأشخاص قدرة على مشاركة تجاربهم الشخصية والنجاحات التي حققوها من خلال الطب التجميلي عبر منصات السوشل ميديا. حيث أن هم تبادل الصور والقصص والتوصيات، مما يساعد في إلهام وتشجيع الآخرين وزيادة الوعي حول الخدمات المتاحة.

٤. توفير الخصوصية: قد يشعر البعض بالحرج أو الخجل من طلب خدمات التجميل بشكل مباشر في العيادات أو المستشفيات. عبر الإنترنت، حيث أن للأفراد البحث والاستفسار بشكل مجهول والحفاظ على خصوصيتهم

**عيوب الطب التجميلي عبر الإنترنت:**

معلومات غير صحيحة حيث أن يواجه الأشخاص تحدياً في التمييز بين المعلومات الصحيحة وغير الصحيحة على الإنترنت. قد يكون هناك تضليل وإشاعة للمعلومات غير الدقيقة، مما حيث أن يؤدي إلى اتخاذ قرارات خاطئة أو التعرض للمخاطر.

ضغط الجمال الافتراضي حيث قد يؤدي استخدام الطب التجميلي عبر الإنترنت إلى زيادة الضغط على الأفراد لتحقيق المظهر الجمالي المثالي الذي يروج له على وسائل التواصل الاجتماعي (Nirvana وآخرون، ٢٠١٨، ٢٠٠٨).

قد يشعر الأشخاص بالضغط للحصول على المظهر المثالي وفقاً للمعايير المزدوجة من المعلومات حول الطب التجميلي عبر الإنترنت، من الأفضل التوجه إلى مواقع موثوقة والاعتماد على مصادر موثوقة مثل المواقع الرسمية للمؤسسات الطبية والمنظمات المهنية. كما ينبغي على الأشخاص استشارة أطباء مؤهلين ومعتمدين قبل اتخاذ أي قرارات تتعلق بالطب التجميلي (سمهان، ٢٠٢٣، صفحة ٢٢).

### المبحث الثالث

#### الاطار العملي للبحث

تم اختيار اداة البحث "الاستبيان" لأنها أنسب أدوات البحث العلمي للبحث الحالي وقم تم بناء جمل الاستبيان في ضوء الأدبيات والدراسات السابقة، وتكون من محور البيانات الديموغرافية ومحور الجمل مع تعليمات الاستبيان.

#### صدق وثبات أداة البحث

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد من المحكمين بلغ عددهم (٥) محكمين وقد تم تعديل الاستبيان لصورته النهائية بعد إجراء تعديلات المحكمين على أداة البحث وجعلها مناسبة للتطبيق العملي.

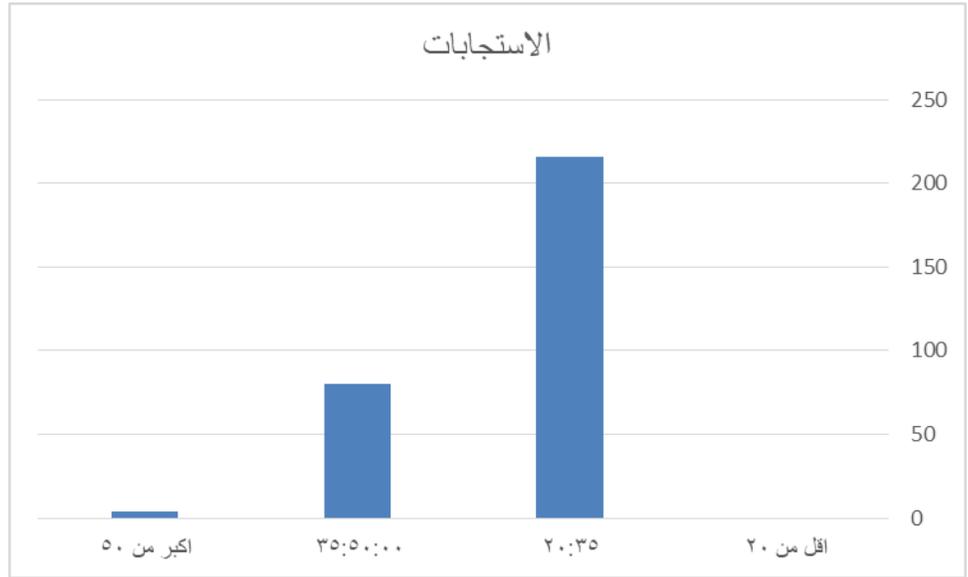
ولقياس ثبات اداة البحث تم تطبيق الاداة استطلاعيا على عينة وحساب معامل الفا كرونباخ والذي وصل الى ٨,١ اي ما يقارب الواحد الصحيح مما يدل على أن الاداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

#### البيانات الديموغرافية

##### السن

الاستجابات	السن
٠	اقل من ٢٠
٢١٦	٢٠ : ٣٥
٨٠	٣٥ : ٥٠
٤	اكبر من ٥٠

ويبين ذلك الشكل (١) التالي:

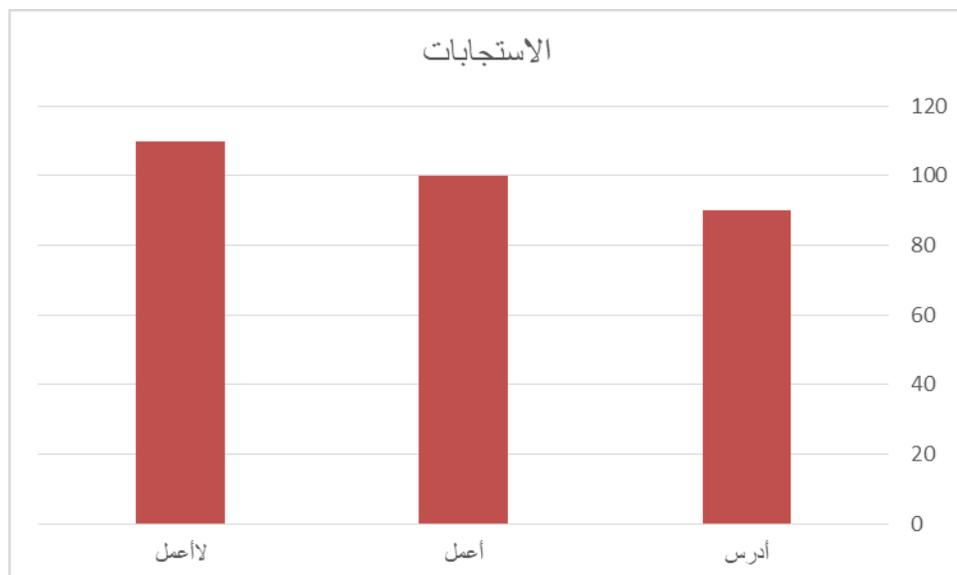


شكل (١) تمثيل السن " البيانات الديموغرافية "

الوظيفة:

الاستجابات	الوظيفة
٩٠	أدرس
١٠٠	أعمل
١١٠	لأعمل

ويبين الاستجابات في الشكل (٢) التالي:



شكل (٢) استجابات الوظيفة " البيانات الديموغرافية"

وفيما يلي استجابات عينة البحث (٣٠٠) سيدة عراقية

لجمل	موافقة	حايدة	غير موافقة
تؤثر المعايير الجمالية المتداولة عبر السوشل ميديا في صور النساء لأنفسهن	40	250	10
يؤدي محتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا إلى تحقيق توافق بين صورة النساء لأنفسهن والمعايير الجمالية المعروضة	230	20	50
يستوجب المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا تغييرات في سلوك النساء بشأن مظهرهن الخارجي	190	0	110
تؤثر المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا على ارتفاع مستوى ثقة النساء بأنفسهن	120	60	120
يعزز المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا لمعلومات الجمالية للمرأة	240	30	30

30	40	230	يساهم المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا في تشكيل تصوّر النساء للجمال وفقاً لمعايير محددة
10	30	260	يؤثر المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا على النساء بشكل سلبي ويؤدي إلى انخفاض ثقتهن بأنفسهن
20	30	250	نشأ توتر نفسي لدى النساء نتيجة لمقارنتهن بالمظاهر لمثالية المعروضة في المحتوى للطب التجميلي عبر منصات السوشل ميديا
170	20	110	يساهم المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا في تعزيز الثقة بالنفس والتركيز على الجوانب الإيجابية للمرأة
10	0	290	نشأ تباين بين مظاهر النساء في الواقع وتصورهن الذاتي لمتأثر بالمحتوى للطب التجميلي عبر منصات السوشل ميديا
190	10	100	يشجع المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا على التنوع واحترام التفاوت في مظاهر الجمال
130	50	120	يؤثر المحتوى للطب التجميلي عبر السوشل ميديا على النساء بشكل عام دون اعتبار للثقافة والعرق والخلفية الاجتماعية
60	20	220	حدث تغيير في مفهوم الجمال لدى النساء بسبب المحتوى للطب التجميلي عبر منصات السوشل ميديا

يتبين من استجابات العينة العديد من النتائج اهمها

مناقشة النتائج:

١. تأثير المعايير الجمالية المتداولة على تصور النساء لأنفسهن:النتائج تشير إلى أن المعايير الجمالية المتداولة عبر السوشل ميديا لها تأثير كبير على تصور النساء لأنفسهن (٢٩٠ موافقة)، هذا يؤكد أن التعرض المستمر للمعايير الجمالية المثالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تبني النساء لهذه المعايير وتحقيق توافق بينها وبين صورتها الذاتية.

٢. دور محتوى الطب التجميلي في تحقيق التوافق مع المعايير الجمالية:النتائج تبين أن محتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا يؤدي إلى تحقيق توافق بين صورة النساء لأنفسهن والمعايير الجمالية المعروضة (٢٣٠ موافقة)، هذا يشير إلى أن هذا المحتوى يؤثر على تصور النساء للجمال وفقاً لمعايير محددة، مما ينعكس على سلوكهن وثقتهن بأنفسهن.

٣. تأثير محتوى الطب التجميلي على سلوك النساء وثقتهن بأنفسهن: النتائج تظهر أن محتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا يؤدي إلى تغييرات في سلوك النساء بشأن مظهرهن الخارجي (١٩٠ موافقة)، كما أن هذا المحتوى يؤثر بشكل سلبي على ثقة النساء بأنفسهن (٢٦٠ موافقة)، في حين أنه لا يساهم في تعزيز ثقتهن (١١٠ موافقة)، هذه النتائج تشير إلى أن محتوى الطب التجميلي في وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير سلبي على النساء، حيث يؤدي إلى انخفاض مستوى ثقتهن بأنفسهن وتركيزهن على المظهر الخارجي.

٤. تأثير المحتوى على مفهوم الجمال لدى النساء:النتائج تبين أن محتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا يساهم في تشكيل تصور النساء للجمال وفقاً لمعايير محددة (٢٣٠ موافقة)، كما أن هذا المحتوى يؤدي إلى تغيير مفهوم الجمال لدى النساء (٢٢٠ موافقة)، هذه النتائج تؤكد أن المحتوى المقدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي له دور كبير في تشكيل مفاهيم الجمال لدى النساء وفقاً لمعايير محددة.

٥. التنوع والاحترام في تصوير الجمال:النتائج تشير إلى أن محتوى الطب التجميلي عبر السوشل ميديا لا يشجع على التنوع واحترام التفاوت في مظاهر الجمال (١٩٠ غير موافقة)، هذا يعني أن هذا المحتوى يركز على معايير جمالية محددة ولا يعكس التنوع الحقيقي في مظاهر الجمال.

الاستنتاج

١. المعايير الجمالية المتداولة عبر السوشل ميديا لها تأثير كبير على تصور النساء لأنفسهن، مما يؤدي إلى تبني هذه النساء لمعايير جمالية مثالية.
٢. محتوى الطب التجميلي في وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تشكيل مفهوم الجمال لدى النساء وفقاً لمعايير محددة، مما ينعكس على سلوكهن وثقتهن بأنفسهن.
٣. هذا المحتوى له تأثير سلبي على النساء، حيث يؤدي إلى انخفاض مستوى ثقتهن بأنفسهن وتركيزهن المفرط على المظهر الخارجي.
٤. محتوى الطب التجميلي في وسائل التواصل الاجتماعي لا يشجع على التنوع والاحترام في تصوير الجمال، مما يساهم في تعزيز معايير جمالية محددة.

### التفسير

١. سيطرة المعايير الجمالية المثالية المعروضة في وسائل التواصل الاجتماعي على تصور النساء لأنفسهن.
٢. التركيز المفرط في محتوى الطب التجميلي على تحقيق المعايير الجمالية المحددة.
٣. غياب التمثيل الحقيقي للتنوع في مظاهر الجمال في هذا المحتوى.
٤. ضعف الوعي والتثقيف بأهمية تقبل التنوع الجمالي وتعزيز الثقة بالنفس لدى النساء.

### تحليل نتائج الاستبيان

هذه النتائج تشير إلى أن المحتوى للطب التجميلي على السوشل ميديا له تأثير متنوع على تصور النساء لأنفسهن. قد يؤدي إلى ارتفاع ثقتهن بأنفسهن وتركيزهن على الجوانب الإيجابية، ولكنه أيضاً قد يسبب توتراً نفسياً نتيجة للمقارنة مع المظاهر المثالية ويؤثر على تصور الجمال والتنوع.

ويتبين من شكل (١) التالي نتائج الاستجابة للاستبيان



٢. تشجيع الايجابية والتنوع في عرض محتوى يعكس التنوع في المظاهر الجمالية ويعزز الجوانب الإيجابية للجمال الطبيعي، بما في ذلك تعزيز الثقة بالنفس والاهتمام بالجوانب الشخصية والداخلية.
٣. تنظيم المحتوى ينبغي وضع إرشادات وسياسات صارمة لتنظيم ومراقبة المحتوى للطب التجميلي على منصات السوشل ميديا.

### المراجع

Binalrima. (٢٠١٩).

R., Taheri, B., Farrington, Pérez-Vega. (٢٠١٨).

أحمد جاد الكريم. (٢٠٢٣). دور جامعة العريش في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتنمية القيم والأمن الفكري لدى طلابها (تصور مقترح). مصر: مجلة كلية التربية. بنها، ٣٤(١٣٣)، ٦٧١-٧٩٤.

امينة. (٢٠٢٠). الاساليب الاقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك.

سكينة خيراني سواعي. (٢٠٢٠). خصوصية المرأة الجزائرية عبر موقع التواصل الاجتماعي . مدينة ورقلة: دراسة ميدانية للنساء الماكثات بالبيت مدينة ورقلة.

عبد الله صبرينة آيت. (٢٠١٢). إستراتيجية وسائل الإعلام المسموعة في تحقيق نظرية الإستخدامات والإشباع. د.م.

عمار محمد / حسين اليافعي. (٢٠١٩). مسؤولية الطبيب المدنية عن الأضرار في التدخلات الطبية التجميلية (دراسة مقارنة). د.ت.

عمار محمد. (٢٠١٩). مسؤولية الطبيب المدنية عن الأضرار في التدخلات الطبية التجميلية (دراسة مقارنة). د.م.

قوسم. (٢٠٢١). تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

ماهيتاب سمهان. (٢٠٢٣). استخدام المرأة الريفية لتطبيق الريلز على الفيسبوك والتأثيرات النفسية والاجتماعية المدركة. المنوفية : مجلة بحوث كلية الآداب جامعة المنوفية / العدد ٤ / ١٣٤.

محمد خبراني وأحمد الزهراني. (٢٠١٨). دراسة .

محمد محمود اكرام. (٢٠١٧). المعلومات الطبية المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الأطباء والمستخدمين. د.م: د.ن.

موراح ولعريوي وبلغول ويمينة. (٢٠٢٣). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الصحي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي. د.م.

نايف بن ضيف الله العتيبي. (٢٠١٦). التحريض على التطرف الفكري عبر وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليل مضمون. د.ت.

### المراجع باللغة الانجليزية

1. Aljukhadar, M., Bériault Poirier, A., & Senecal, S. (2020). Imagery makes social media captivating! Aesthetic value in a consumer-as-value-maximizer framework. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(3), 285–303.
2. Binalrimal, S. (2019). The effect of social media on the perception and demand of aesthetic dentistry. *Journal of Advanced Medical and Dental Sciences Research*, 7(5), 63–67.
3. Nirvana, E., Mesiranta, N., Sutinen, U. M., & Mattila, M. (2018). Creativity, aesthetics and ethics of food waste in social media campaigns. *Journal of cleaner production*, 195, 102–110.
4. Pérez-Vega, R., Taheri, B., Farrington, T., & O'Gorman, K. (2018). On being attractive, social and visually appealing in social media: The effects of anthropomorphic tourism brands on Facebook fan pages. *Tourism management*, 66, 339–347.
5. Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex roles*, 71, 363–377.