مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

أ.م.د/ إبراهيم بسيونى - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

د/ جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد السادس والسبعون- الجزء الثالث - ربيع الثاني ١٤٤٧هـ - أكتوبر ٢٠٢٥م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.**
- **تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .**
- **ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- تقييم الجمهور المصري لتجربة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات المشاهدة المدفوعة — أ.م.د/ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان — ١٦٠٧

- المقارنات الاجتماعية للمراهقين مستخدمي تطبيق الإنستجرام وعلاقتها بالتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم — أ.م.د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم — ١٦٩٥

- إدراك المراهقين للتزييف العميق في الإعلانات الرقمية وعلاقته بسلوكهم الشرائي: دراسة في إطار مدخل التربية الإعلانية — أ.م.د/ هاني نادي عبد المقصود محمود — ١٧٨٩

- انعكاساتُ تعرُّض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفيّ وعَلاقته بإدراكِهم للقضايا المجتمعيّة في ضوءِ نظرية ثراءِ الوسيلة — أ.م.د/ زينهم حسن علي — ١٨٧٧

- اعتماد الشباب الجامعي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي مصدرًا للمعرفة الدينية.. دراسة ميدانية — د/ هيثم شعبان السيد العباسي — ١٩٥٥

- الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي «التزييف العميق» عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية وانعكاساتها على الأمن القومي (دراسة تحليلية ميدانية) — أ.م.د/ابتسام مرسي محمد، د/ محمد مهني البحراوي — ١٠٣٥

- التماس الجمهور المصري للمعلومات عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية حول الحرب الإسرائيلية الإيرانية يونيو ٢٠٢٥م واتجاهاتهم نحوها (دراسة ميدانية) د/ فوزية جمال عبد التواب إمام — ٢١١٣

- اتجاهاتُ خطاب الصحف العربيَّة والأجنبيَّة نحو الحرب الإسرائيليَّة على قطاع غزة في الفترة من ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ حتى مايو ٢٠٢٤- دراسة تحليليَّة مقارنة د/ هالة أحمد الحسيني متولي — ٢٢١٩

- توظيف فن الخداع البصري في الإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية د/ روان محمد محمود علي — ٢٣٠٩

- الجوانبُ العمليَّةُ لتطبيقِ الذكاءِ الاصطناعيّ في عملِ المتخصصين في الإعلامِ والاتّصالِ بدولةِ فلسطين: دراسةٌ تطبيقيَّةٌ
قصي إبراهيم محمد حسين، د/ إيهاب أحمد رؤوف عوايص — ٢٤٢٧

تقييم «مجلة البحوث الإعلامية» لآخر ست سنوات

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2025	7
2	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2024	7
3	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2022	7
5	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2021	7
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2020	7

«مجلة البحوث الإعلامية» الأولى عربيًا وفقًا لمعامل «أرسيف»

Arcif Analytics
معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربي
قاعدة البيانات العربية الرقمية
Arab Citation & Impact Factor
Arab Online Database
معرفة e-MAREFA

التاريخ: 2025/10/19
الرقم: L25/0003 ARCIF

سعادة أ. د. رئيس تحرير مجلة البحوث الإعلامية المحترم
جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة، مصر
تحية طيبة وبعد،،،

يسر **معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (آرسيف – ARCIF)**، أحد مبادرات قاعدة بيانات "**معرفة**" للإنتاج والمحتوى العلمي، إعلامكم بأنه قد **أطلق التقرير السنوي العاشر للمجلات للعام 2025**.

يخضع معامل التأثير "آرسيف Arcif" لإشراف "مجلس الإشراف والتنسيق" الذي يتكون من ممثلين لعدة جهات عربية ودولية: (مكتب اليونيسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية ببيروت، لجنة الأمم المتحدة لغرب آسيا (الإسكوا)، مكتبة الاسكندرية، قاعدة بيانات معرفة). بالإضافة للجنة علمية من خبراء وأكاديميين ذوي سمعة علمية رائدة من عدة دول عربية وبريطانيا.

ومن الجدير بالذكر بأن معامل "**آرسيف Arcif**" قام بالعمل على فحص ودراسة بيانات ما يقارب **(5500)** عنوان مجلة عربية علمية أو بحثية في مختلف التخصصات، والصادرة عن أكثر من **(1500)** هيئة علمية أو بحثية في العالم العربي. ونجح منها **(1272)** مجلة علمية فقط لتكون معتمدة ضمن المعايير العالمية لمعامل "**آرسيف Arcif**" في تقرير **عام 2025**.

ويسرنا تهنئتكم وإعلامكم بأن **مجلة البحوث الإعلامية** الصادرة عن **جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة، مصر، قد نجحت في تحقيق معايير اعتماد معامل "آرسيف Arcif"** المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها **(32) معياراً**، وللاطلاع على هذه المعايير يمكنكم الدخول إلى الرابط التالي:
http://e-marefa.net/arcif/criteria

وكان **معامل التأثير "آرسيف" "العام"** لمجلتكم لسنة 2025 **(2.723)**. ونهنئكم بحصول المجلة على:

- **المرتبة الثالثة** عربياً **من مجموع إجمالي المجلات** في معامل "آرسيف **Arcif**" **العام، و البالغ عددها (1272)**.
- **المرتبة الأولى** في **تخصص الإعلام و الاتصال** من **إجمالي عدد المجلات (33)** على المستوى العربي، مع العلم أن **متوسط معامل "آرسيف" لهذا التخصص** كان **(0.76)**. كما صُنفت مجلتكم في هذا التخصص ضمن الفئة **(Q1)** وهي الفئة الأعلى .

راجين العلم أن حصول أي مجلة على مرتبة ضمن الأعلى (10) مجلات في **تقرير معامل "آرسيف" لعام 2025** في أي تخصص، لا يعني حصول المجلة بشكل تلقائي على تصنيف مرتفع كتصنيف فئة Q1 أو Q2، حيث يرتبط ذلك بإجمالي قيمة النقاط التي حصلت عليها من **المعايير الخمسة المعتمدة لتصنيف مجلات تقرير" آرسيف" (للعام 2025) إلى فئات في مختلف التخصصات**، ويمكن الاطلاع على هذه المعايير الخمسة من خلال الدخول إلى الرابط: http://e-marefa.net/arcif

وبإمكانكم الإعلان عن هذه النتيجة سواء على موقعكم الإلكتروني، أو على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الإشارة في النسخة الورقية لمجلتكم إلى معامل "**آرسيف Arcif**" الخاص بمجلتكم.

ختاماً، نرجو في حال رغبتكم الحصول على شهادة رسمية إلكترونية خاصة بنجاحكم في معامل " **آرسيف** "، التواصل معنا مشكورين.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامي الخزندار
رئيس مبادرة معامل التأثير
" آرسيف Arcif"

+962 6 5548228 -9
+ 962 6 55 19 10 7
info@e-marefa.net
www.e-marefa.net
Amman - Jordan
2351 Amman, 11953 Jordan

المقارنات الاجتماعية للمراهقين مستخدمي تطبيق الإنستجرام وعلاقتها بالتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم

Social Comparisons of Adolescents Instagram Application Users and Relationship to Their Psychological Rebellion and Materialism Aspirations

أ.م.د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم

أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

Email: engyhelmy@mans.edu.eg

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين المقارنة الاجتماعية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (350) مفردة من طلاب وطالبات مرحلة المراهقة المتوسطة بالتعليم الثانوي، وطلاب وطالبات المراهقة المتأخرة بالتعليم الجامعي، وبلغت عينة مجموعات النقاش المركزة (18) طالبًا، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن والمنهج الكيفي لمعالجة البيانات النوعية لنتائج جلسات مجموعات النقاش، واستخدمت الباحثة الاستبانة ومجموعات النقاش المركزة لجمع بيانات الدراسة الكمية والكيفية.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كلٍ من المقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام، ووجود تأثير إيجابي دال إحصائيًا لكل من (المقارنة الاجتماعية – التطلعات المادية) في التمرد النفسي الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.

الكلمات المفتاحية: تطبيق إنستجرام – المقارنات الاجتماعية – التمرد النفسي – التطلعات المادية – المراهقين.

Abstract

The study aimed to identify the relationship between social comparison of adolescents using the Instagram application and their psychological rebellion and Materialism aspirations, by applying it to a deliberate sample of (350) individuals from male and female students in the middle adolescence stage in secondary education, and male and female students in late adolescence in university education, and the sample of focus groups reached (18) students, and the study relied on the media survey method, the comparative method and the qualitative method to process the qualitative data of the results of the focus group sessions, and the Researcher used the questionnaire form and focus groups to collect the quantitative and qualitative study data.

The results of the study showed a statistically significant correlation between the density of the study sample adolescents' use of Instagram and social comparison, psychological rebellion, and materialism aspirations, and a statistically significant correlation between social comparison, psychological rebellion, and materialism aspirations of adolescents using Instagram, and a statistically significant positive effect of (social comparison - materialism aspirations) on psychological rebellion resulting from adolescents' use of Instagram.

Keywords: Instagram application - Social Comparisons - Psychological Rebellion - Materialism Aspirations - Adolescents.

مقدمة:

استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي السيطرة على ملايين المستخدمين، ولقد تَأثر الأفراد بها لأنها غيرت من نمط حياتهم وروتينهم اليومي، فكانت وسيلة للتواصل مع الآخرين وبناء علاقات اجتماعية والتعبير عن الآراء وتبادل المعلومات، ويعتبر تطبيق إنستجرام أحد أشهر وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً للمحتوى المرئي وذلك وفقًا للتقرير الصادر من Digital 2024 والذي أظهر أن تطبيق إنستجرام أصبح الآن منصة التواصل الاجتماعي المفضلة في العالم حيث فضله عن جميع التطبيقات الأخرى نسبة (16.5٪) من المستخدمين[1]، وذلك لأنه يتيح لجميع الفئات العمرية متابعة الحسابات المختلفة، ونشر الفيديوهات والصور المضاف إليها الفلاتر التي تساعدهم على تعديل صورهم لتظهر بشكل أفضل قبل نشرها ومشاركتها مع الآخرين، إضافة لتوثيق لحظاتهم اليومية والتركيز على صفاتهم الجيدة، وما يمتلكونه من ممتلكات وأشياء باهظة الثمن بالقصة (ستوري)، وهذا ساعدهم على تقديم أنفسهم بصورة قد تكون أكثر مثالية.

فتصفح هذه الصور والفيديوهات المعدلة للمشاهير أو الآخرين على إنستجرام قد يؤدي إلى اعتقاد المستخدمين أنها تشير بالفعل إلى حياتهم على الرغم من أنها في كثير من الأحيان تكون غير واقعية، وهو ما قد يؤدي إلى إثارة المشاعر السلبية لديهم، وخاصة بالنسبة للمستخدمين الذين يتابعون حسابات عديدة للمشاهير والمؤثرين والغرباء، وبذلك نجد أنفسنا أمام أشخاص يقارنون أنفسهم مع أفراد يعيشون حياة غير واقعية ويعتقدون أنهم يعيشون حياة أفضل من حياتهم، وهذا نتيجة تصفح صور وفيديوهات وهمية.

فإذا كانت هذه المقارنة تصاعدية بمن هم أفضل حالًا منهم فهذا سوف يؤثر سلبيًا في ذواتهم، أما إذا كانت المقارنة الاجتماعية تنازلية بمقارنة أنفسهم بمن هم أسوأ حالًا منهم فإن هذا يؤثر إيجابيًا في تقديرهم لأنفسهم ورضاهم عن حياتهم[2]، ونظرًا لأن الأشخاص يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متزايد، فإن احتمالية أن يتجهوا للمقارنات الاجتماعية وخاصة التصاعدية في حياتهم اليومية تكون كبيرة[3].

وتعد مرحلة المراهقة من أهم المراحل العمرية التي تتطور فيها شخصية المراهقين وتتحدد فيها نظرتهم للمستقبل، فهم من الفئات الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي التي احتلت مكانه مهمة بحياتهم وأصبحت المتنفس الرئيسي لديهم، لذلك فهم أكثر عرضة لتبني السلوكيات غير السوية التي تؤثر سلبًا في صحتهم النفسية وتعرضهم لمشكلات كثيرة.

ومن هذه السلوكيات غير السوية ظاهرة التمرد النفسي التي تُعتبر من المشكلات النفسية والسلوكية في آن واحد، وتظهر بوضوح في مرحلة المراهقة؛ وهذا يرجع لما يحدث في هذه المرحلة من تغيرات فسيولوجية ونفسية وانفعالية، تؤثر في سلوك المراهق، وهذا يؤدي إلى شعوره بحالة من الصراع و الاضطراب والضياع تجعله يتمرد على القيم والتقاليد ويمارس أنماط سلوكية غير مقبولة[4]، فالصراعات النفسية والضغوط الاجتماعية تجعل مرحلة المراهقة مرحلة حرجة، وخاصة مع غياب التوجه السليم والقدوة والمتابعة اليقظة للمراهق، وضعف الاهتمام الأسري بمواهبه، وتأنيبه أمام زملائه، ومتابعته للأفلام والبرامج التي تدعو للتمرد على القيم الاجتماعية، كل ذلك قد يقوده نحو التمرد[5].

لذلك فمتابعة المراهقين لما يقدم من صور وفيديوهات تركز على القيم المادية ونمط الحياة المثالي للآخرين على إنستجرام، قد تدفعهم لإجراء مقارنات اجتماعية قد تقودهم إلى الرغبة في امتلاك الممتلكات وشراء منتجات باهظة الثمن، ظنًا منهم أن ذلك سيجعلهم ناجحين وسعداء، فيعزز ذلك من التطلعات المادية لديهم، ومع عدم قدرتهم على مقاومة ما يتعرضون له من ضغوط وإغراءات أثناء استخدام التطبيق، فقد يؤدي ذلك إلى عدم الرضا عن حياتهم وتمردهم عليها، وخاصة أن مع تزايد شعبية إنستجرام

ظهرت فرص جديدة للتأثيرات السلبية على المراهقين، لذلك كان من المهم تسليط الضوء على هذه التأثيرات، وذلك في ظل اهتمام عديد من الدراسات بها كدراسة **وليد محمد الهادي** (2022)، Shaohai, Annabel (2020)، Popy, Ahmad (2020)، Ha Sung (2019)، Samantha, et al (2019)، Zoe, Marika (2020)، ومن هنا تأتي الحاجة إلى التَعمق في فهم كيف تؤثر المقارنات الاجتماعية التي يُجريها المراهقون مستخدمو تطبيق إنستجرام بالمرحلة الثانوية والمرحلة الجامعية في التمرد النفسي ومستوى التطلعات المادية لديهم.

الدراسات السابقة بعرض نقدي:

- **بالنسبة للدراسات التى تتعلق بالمقارنة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعى،** سلطت دراسة Andika, et al(2024)[6] الضوء على وصف سلوك المقارنة الاجتماعية للطلاب الذين يستخدمون خاصية instastory على تطبيق إنستجرام، وذلك بالتطبيق على (349) طالبًا، وأظهرت النتائج أن الطلاب من خلال قصص إنستجرام يميلون لإجراء مقارنة اجتماعية مع أقرانهم، من حيث نمط الحياة والثروة وتحقيق الذات والملابس، وعن طريق استخدام منهج المسح والمقابلات النوعية لاستكشاف التجارب الشخصية لمستخدمي إنستجرام أظهرت نتائج دراسة Vidyawati (2024)[7] أن مدة استخدام إنستجرام والمقارنة الاجتماعية كان لهما تأثير إيجابي في القلق تجاه صورة الجسد، وكشفت النتائج النوعية أن المراهقين يعانون غالبًا من انخفاض الثقة بالنفس بسبب المقارنات الاجتماعية، وفي الإطار نفسه أثبتت دراسة Raphael, et al (2024)[8] التجريبية أن مستخدم إنستجرام الذي يعاني أكثر من أعراض الاكتئاب يرى أن الآخرين أفضل حالًا منه؛ مما يؤدي إلى تدهور الذات والعواطف المحسوسة والمزاج الاكتئابي.

وتؤدي وسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين إلى مشكلات تتعلق بعدم الرضا عن أجسامهم نتيجة لكثافة استخدامها؛ مما يدفعهم إلى مقارنة أنفسهم بالصورة المثالية التي تنشر على وسائل التواصل الاجتماعي، ومن الدراسات التي اهتمت بهذا الموضوع دراسة Nila, et al (2023)[9]، التي أثبتت وجود دور كبير لكثافة استخدام وسائل

التواصل الاجتماعي في عدم الرضا عن الجسم، تتوسطه المقارنة الاجتماعية، وتتفق مع هذه النتيجة دراسة **وليد محمد الهادي** (2023)[10]، التي أثبتت أنه كلما زاد استعداد المرأة المصرية للمقارنة الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي مع النساء الأخريات قل رضاها عن صورة جسدها.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة Rehan, et al(2023)[11]، التي أظهرت أن غالبية أفراد العينة من النساء أعربن عن أن منشورات الآخرين على إنستجرام تُلهمهن وتُحفزهن، كما وجدت النتائج عدم وجود علاقة بين استخدام إنستجرام والمقارنة الاجتماعية بناء على العمر والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والوظيفية، وعلى العكس من ذلك، كشفت نتائج دراسة Lara, et al (2023) [12]عن وجود علاقة بين المقارنة الاجتماعية لحياة الآخرين المثالية على وسائل التواصل الاجتماعي والحسد، وخاصة لدى المراهقين ذوي الثقافة الاجتماعية المنخفضة، وكذلك بالنسبة لدراسة Laura, et al (2022)[13]، التي أكدت أن طول مدة استخدام إنستجرام يرتبط بزيادة المقارنة الاجتماعية، التي بدورها ترتبط بالحسد الخبيث، ومن ثمَّ زيادة الميل إلى ارتكاب سلوكيات التنمر الإلكتروني.

وتفترض نظرية المقارنة الاجتماعية أن يقارن الأفراد آراءهم وقدراتهم مع الآخرين من أجل تقييم أنفسهم، وهذا يتفق مع دراسة **صفا إبراهيم** (2021)[14]، التي أثبتت وجود علاقة بين كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق إنستجرام ومستوى المقارنة الاجتماعية لديهم، وبين المقارنة ومدى تقدير الشباب المصري لذواتهم، ومن خلال تحليل مضمون (100) مقطع على موقعي إنستجرام ويوتيوب، وباستخدام أداة المقابلة والملاحظة على (19) طالباً وموظفة، توصلت دراسة **سهام وصالح** (2021)[15] إلى وجود تأثير كبير في الصورة الذهنية للمجتمع السعودي بسبب المقارنات الاجتماعية، فمعظم الصور ظهرت بطريقة سلبية، وكانت المقارنة التصاعدية الأعلى، وأثبتت دراسة **حسناء منصور** (2021)[16] وجود فروق بين الذكور والإناث في مقارناتهم الاجتماعية بعد مشاهدة صور الآخرين، لصالح الذكور، ولم تثبت هذه الفروق بالنسبة لمتغيري السن والتعليم.

وفي ضوء أن استخدام إنستجرام له تأثير سلبي في الصحة النفسية للمراهقين بسبب المقارنة الاجتماعية التي توفرها المميزات الأساسية لتطبيق إنستجرام، استهدفت دراسة Delia, Dorin (2020)[17] التعرف على تأثير المقارنة الاجتماعية على إنستجرام في الصحة النفسية للشباب، وذلك بالتطبيق على (411) شاباً رومانياً، وأظهرت النتائج أن المقارنة الاجتماعية التصاعدية لمستخدمي إنستجرام النشيطين قللت من قيم الرضا عن الحياة، وزادت من الشعور بالوحدة، أما المقارنة التنازلية فلم يكن لها تأثير يُذكر عليهما، وكشفت نتائج دراسة M. Scully, et al (2020)[18] أن عدم رضا المراهقات عن شكل الجسم ارتبط بدرجة كبيرة بالوقت المستغرق في المقارنات الاجتماعية التصاعدية مع مختلف الفئات المستهدفة من الإناث أثناء استخدام منصات التواصل الاجتماعي، كما أثبتت دراسة **مشاعل الحسين** (2019)[19] وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل والأعراض الاكتئابية.

وفي ضوء أن التعرض لصور مثالية عن الذات والحياة المثالية يضر بتقدير الذات، أثبتت دراسة Desirée, et al (2019) [20] أن استخدام فيسبوك ينبئ بمقارنة اجتماعية تصاعدية، وأن إنستجرام يؤثر سلباً بطريقة مباشرة في الرفاهية بمرور الوقت، وتتفق مع هذه النتيجة دراسة Katerina, et al (2015)[21]، التي أثبتت أن استخدام إنستجرام ارتبط بشكل إيجابي بأعراض الاكتئاب، وارتبطت المقارنة الاجتماعية الإيجابية ارتباطًا سلبيًا بأعراض الاكتئاب، وأنه كلما قلَّ عدد الغرباء الذين يُتابعون على التطبيق أدى ذلك إلى انخفاض أعراض الاكتئاب والمقارنة الاجتماعية بشكل ملحوظ.

- **أما عن الدراسات التى اهتمت بالتمرد النفسى ووسائل التواصل الاجتماعى**، فقد أثبتت الدراسة شبة التجريبية **لحنان السيد** (2025)[22]، التي طُبِّقت على عينة من المراهقين، فاعلية البرنامج الإرشادي القائم على مهارات التفكير الإيجابي في خفض حدة التمرد النفسي لدى المراهقين، وأظهرت نتائج دراسة **حنان أمين** (2023)[23]، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وجود علاقة إيجابية بين الإيذاء السيبراني عبر منصات التواصل الاجتماعي والتمرد النفسي السلبي لدى طلبة جامعة أم القرى، وعدم وجود فروق في مقياس التمرد النفسي وفقًا للنوع، وأكدت دراسة Mohammed (2023)[24] أن

اللاعبين ذوي الوضع الاجتماعي والاقتصادي المنخفض أكثر عرضة لإظهار درجات أعلى على مقياس التمرد.

واقترحت دراسة Ying Wang (2022) [25] بعض العوامل المعالجة لتصحيح النفسية المتمردة لدى طلاب الجامعة، ومنها تحسين أساليب التعلم بانتقال التعليم من التلقين للإقناع، وتغيير البيئة الاجتماعية المنتجة للنفسية المتمردة، وأثبتت دراسات: **كنيوة وآخرون** (2022)[26]، و**إلهام فاضل** (2021)[27]، و**وزاوي الشيخ** (2020)[28]، أن طلاب الجامعة يتمتعون بدرجة عالية من التمرد النفسي، ووجود فروق في مقياس التمرد النفسي بين الذكور والإناث، وفي السياق نفسه، أكدت دراسة **نوال عساف** (2020)[29] تمتع طلبة المرحلة الثانوية بمستوى عالٍ من التمرد النفسي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التمرد النفسي تُعزى لمتغير النوع، وذلك من وجهة نظر المدرسين البالغ عددهم (202) مدرس.

وأظهرت نتائج دراسة Maha, Omar (2019) [30] أن إهمال الأسرة، والألفاظ العنيفة الموجودة بالمجتمع والبيئة المحيطة بالمراهقين، هي سبب تمردهم، حيث يُمثلون من خلال خيالهم الواسع تمردهم في الرسم الذاتي والموضوعي، واستهدفت دراسة **عبد المحسن** (2019)[31] التعرف على العلاقة بين ممارسة المراهقين لأنشطة الإعلام المدرسي والتمرد النفسي لديهم، وذلك بالتطبيق على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية والثانوية بلغ حجمها (248) طالبًا وطالبة، وأثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية سالبة بين التمرد النفسي وممارسة الطلاب لأنشطة الإعلام المدرسي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى المراهقين في مقياس التمرد النفسي وفقًا للنوع، وعدم وجود فروق بين المراهقين وفقًا للمرحلة الدراسية الإعدادية والثانوية، وعلى عكس النتيجة السابقة، أثبتت نتائج دراسة **رقيه نبار** (2018)[32] عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإناث والذكور في درجة التمرد النفسي.

وعلى الرغم من أن الأبحاث كشفت عن آثار نفسية مهمة لتمرد الطلاب في المرحلة الثانوية، فإن عوامل تمرد الطلاب لم تستكشف بشكل كامل، في ضوء هذه العبارة استهدفت دراسة Thomashley, et al (2017) [33] تحديد وتحليل العوامل التي

تحفز الطلاب على التمرد النفسي، وذلك بالتطبيق على (32) مراهقًا بالمرحلة الثانوية، وكشفت النتائج أن من أسباب تمرد الطلاب تدني الوضع الاجتماعي والاقتصادي للأسرة، وذلك بنسبة موافقة بلغت (69٪)، إضافة إلى الاكتئاب بنسبة موافقة بلغت (47٪)، والسعي وراء الحرية والاستقلال بنسبة موافقة (74٪)، والمشكلات المادية بنسبة موافقة (60٪).

وفي دراسة أجراها **حسام محمود، أشـرف رجب** (2014)[34]، استهدفت التعرف على طبيعة العلاقة بين مستوى التعرض للمسلسلات الأجنبية المدبلجة والتمرد النفسي لدى المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة، وأظهرت نتائجها عدم وجود علاقة بين التمرد النفسي ومستوى تعرض المراهقين للمسلسلات الأجنبية المدبلجة، أما دراسة **فايز خضر** (2012) [35] فكشفت نتائجها أن التمرد على المجتمع حصل على المركز الأول بنسبة (52.8٪)، يليه التمرد على أنظمة الجامعة بنسبة (44.3٪)، ثم التمرد على الأسرة بنسبة (42.8٪)، إضافة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس التمرد وفقًا للنوع، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وفقًا لمستوى الدخل الشهري، وأكدت هذه النتيجة دراسة **ندى فتاح، ميساء قاسم** (2007)،[36] التي وجدت أن التمرد النفسي موجود لدى الذكور والإناث بدرجات مختلفة لصالح الذكور وأكثر من الإناث.

- **وبالنسبة للدراسات التى سلطت الضوء على التطلعات المادية ووسائل التواصل الاجتماعى**، نجد دراسة Ivana Ondrijova (2024)[37] اهتمت بالتأثير الدقيق للعوامل الديموغرافية على المادية الاستهلاكية، وكشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود ارتباط بين القيم المادية والنوع، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القيم المادية والعمر لصالح المشاركين الأقل عمرًا، وأكدت دراسة Arif, et al(2024) [38] أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإعلانات التليفزيونية يرتبط إيجابيًا بسلوك التسوق القهري لدى طلاب الجامعات، وأن النزعة المادية هي الوسيط للعلاقة بين الإعلانات ومواقع التواصل، وبذلك فالمراهقون الأكثر مادية هم الأكثر انخراطًا في سلوك التسوق القهري من المراهقين الأقل مادية.

واستهدفت دراسة **هدى إبراهيم** (2023) [39] التعرف على علاقة تعرض الأطفال لإعلانات المؤثرين عبر شبكات التواصل والتطلعات المادية لديهم، وأظهرت النتائج وجود علاقة بين جاذبية المؤثرين واتجاهات الأطفال نحو المنتجات المعلن عنها ومستوى المادية لديهم، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التطلعات طبقًا للنوع والمستوى الاقتصادي للأسرة، وأثبتت نتائج دراسة Daniel , et al (2022) [40] أن أداء الأسرة تنبأ بشكل سلبي بمادية المراهقين وأنانيتهم، واهتمت دراسة Anna, et al (2021) [41] باستكشاف مدى إمكانية استخدام مقياس المادية الشبابية في دول بلجيكا والصين وفرنسا وبولندا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة، وأظهرت النتائج وجود علاقة قوية جدًا بين المادية واستخدام التليفزيون والإنترنت والتعرض للإعلانات في جميع البلدان الخاصة بالدراسة.

وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر تأثيرًا بالغًا على الشباب وتجذبهم نحو المادية، التي تتجلى في شكل بدء عملية شراء أو إثارة الرغبة في الشراء، لذلك أجرى Rahul , Monali (2020) [42] دراسة تركز على تحليل العلاقة بين مواقف الشباب تجاه الإعلانات ومستوى المادية لديهم، وذلك بتطبيق استبانة إلكترونية على (174) شابًا، وأثبتت النتائج وجود ارتباط إيجابي بين الموقف من الإعلان والانجذاب إلى المشاهير والمادية، وبالنسبة لتقديم رؤى جديدة عن كيفية تأثير الإعلانات التي يروجها مشاهير إنستجرام على المراهقين، فقد أثبتت نتائج دراسة Alanna, Jamie (2020) [43] أن تعرض المراهقين للإعلانات التي يدعمها مشاهير إنستجرام يُنبئ بزيادة المادية لديهم.

وبحثت دراسة Janos, Agnes (2018) [44] في تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التوجه المادي للمراهقين، وأثبتت الدراسة أن المراهقين ماديون بدرجة متوسطة، وأن هناك تأثيرًا لمواقع التواصل الاجتماعي على المادية، وبالتطبيق على عينة بلغ قوامها (714) مراهقًا بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة بالهند، كشفت نتائج دراسة Manisha, Pavleen (2018) [45] أن وسائل الإعلام (إنترنت وتلفزيون) تغرس المادية بقوة لدى المراهقين، وأن حجم التأثير يكون أكثر وضوحًا على بُعد المركزية المادية مقارنة بالبُعدين الآخرين النجاح المادي والسعادة المادية، أما دراسة **طارق بلحاج**

(2017)[46] فكشفت نتائجها أن التعرض للإعلانات يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بالتوجهات المادية، وسلبيًا بالرضا عن الحياة.

وباستخدام أسلوب المسح، أظهرت نتائج دراسة Tahir , et al (2018)[47] أن المقارنة الاجتماعية تؤدي دورًا مهمًا في تنمية القيم المادية والتسوق القهري لدى المراهقين والشباب، وأن الشباب أكثر ميلًا للمقارنة الاجتماعية والمادية والتسوق مقارنة بالمراهقين، وأن كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تدفع المراهقين والشباب إلى خلق قيم مادية ومقارنة اجتماعية عالية، وفي السياق نفسه، وبالتطبيق على عينة بلغ قوامها (527) مراهقًا بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة، وجدت دراسة Suzanna, Rinaldo (2016)[48] أنه كلما زادت مشاهدة المراهقين لبرامج تلفزيون الواقع زادت ماديتهم وشعورهم بالاستحقاق والنرجسية على عكس البالغين.

وأكدت نتائج دراسة Lisbeth Ku (2015)[49] أن العمر والوضع الاجتماعي والاقتصادي يؤديان دورًا مهمًا في التطلعات المادية لدى المراهقين، وأن العلاقة السلبية بين الرضا عن الحياة والمادية موجودة ومتشابهة بين المراهقين بمرحلة المراهقة المبكرة والمتوسطة، أما دراسة Carrie, Kara (2008)[50] فأكدت أن تقليد مشاهير الإعلام وتأثيرات الأقران كانا مؤشرين إيجابيين على قيم الاستهلاك المادي لدى المراهقين بالمرحلة الثانوية، بينما لم تكن مشاهدة الإعلانات مؤشرًا مهمًا.

في الإطار نفسه، أكدت دراسة Kara, Gerard (2008)[51] أن تقليد نماذج المشاهير والمقارنة الاجتماعية مؤشرين إيجابيين على المادية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Kara, Gerard (2007)[52]، التي أجريت على طلاب المدارس الثانوية بهونج كونج، وأكدت أن المقارنة الاجتماعية مؤشر إيجابي للمادية، وبالتطبيق على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالمجر، أظهرت نتائج دراسة Bettina , et al (2006)[53] أن بُعد السعادة المادية بمقياس القيم المادية ارتبط سلبًا برضا الشباب عن حياتهم.

- **أما بالنسبة للدراسات التى تتعلق بموقع إنستجرام**، فنجد دراسة **عمرو أحمد** (2024)[54] استخدمت المقابلات المتعمقة مع (6) خبراء ومتخصصين في علم النفس، واستمارة تحليل مضمون كمي وكيفي للمنشورات المتعلقة بالمعاناة النفسية علي إنستجرام،

وكشفت النتائج أن اللون الأسود استخدم بالمنشورات التي تم تحليلها بأكبر نسبة بلغت (70.4٪)، يليه اللون الرمادي بنسبة (67٪) للتعبير عن الإحباط والخسارة والرغبة في العزلة والوحدة، وتوصلت دراسة **الجوهرة المطيري، هالة برناط** (2024)[55] إلى تفضيل المستخدمين للتفاعل بتطبيق إنستجرام عن طريق المشاهدة والإعجاب ومتابعة حساب الأصدقاء، وأن دافع الاستخدام الأول هو قضاء وقت الفراغ والتسلية.

وفي إطار التعرف على مقاومات الثراء الإعلامي لمحتوى المؤثرين على شبكة إنستجرام، أجرت **هويدا رضا** (2023)[56] دراسة تحليلية لعينة من حسابات المؤثرين على (519) منشوراً، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين مقاومات الثراء الإعلامي في المحتوى الإعلامي للمؤثرين على إنستجرام من حيث المضمون والشكل وأنماط التفاعلية، وأثبتت دراسة **وليد محمد الهادي** (2022)[57] وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام الشباب لموقعي تيك توك وإنستجرام والشعور بالاكتئاب، وباستخدام أداة الاستبانة الإلكترونية ومجموعة النقاش المركزة لجمع البيانات، أشارت نتائج دراسة **عثمان فكري** (2022)[58] إلى وجود علاقة ارتباط طردي بين كثافة استخدام الشباب لإنستجرام وارتفاع حجم التصورات الإيجابية المتعلقة بتوظيفه مصدراً للمعلومات والأخبار، وهذا يتفق مع نتائج التحليل الكيفي لمجموعات النقاش.

وذكرت **صفا عثمان** (2021)[59] في دراستها التي قارنت بين الشباب المصري والإماراتي أن التعرض لمحتويات إنستجرام من فيديوهات وصور ونصوص يؤثر في المهارات الاجتماعية، أما دراسة **ميرال مصطفى** (2021)[60] فأظهرت أن حجم التعرض لتطبيق إنستجرام جاء مرتفعاً بنسبة (56٪)، ثم متوسطًا بنسبة (26.3٪)، ثم منخفضاً بنسبة (17.8٪)، وتصدر دافع التسلية والترفيه ومتابعة الأخبار دوافع التعرض، وجاء تصفح المنشورات الخاصة بالمشاهير في المركز الأول بنسبة (80.1٪)، وأشارت نتائج دراسة Shaohai, Annabel (2020)[61] إلى أن استخدام إنستجرام لم يزد من القلق الاجتماعي بشكل مباشر، بل زاد من المقارنة الاجتماعية، وكذلك بالنسبة لدراسة Popy, Ahmad (2020)[62] كشفت نتائجها عن أن التعرض لنمط الحياة الفخمة على إنستجرام بشكل متكرر والمقارنات الاجتماعية بالآخرين يزيد من مستوى التنافر، وتتفق

معها دراسة Zoe, Marika (2020) [63]، التي أكدت أن مشاهدة صور المشاهير في إنستجرام مقارنة بصور السفر تزيد من عدم الرضا عن الجسد وتقلل من تقديره.

فاستخدام إنستجرام لا يزيد الاكتئاب بشكل مباشر، لكنه قد يؤدي إلى الاكتئاب عندما تحفزه المقارنة الاجتماعية، دراسة Ha Sung (2019) [64]، لذلك نجد أن استخدام إنستجرام مرتبط بنتائج نفسية سيئة، وذلك لأن المستخدمين يعانون من القلق والمقارنة الاجتماعية التصاعدية Samantha, et al (2019)[65]، وتؤكد دراسة Ali , et al (2016) [66] أن الذكور أكثر ميلًا من الإناث لنشر صورهم الشخصية على إنستجرام والكشف عن معلوماتهم الشخصية، وامتلاك حسابات عامة، على عكس الإناث اللاتي يمتلكن حسابات خاصة أكثر من الذكور.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسات العربية والأجنبية التي تم استعراضها على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المقارنات الاجتماعية بين المستخدمين نحو الآخرين، وأن المقارنات الاجتماعية وخاصة التصاعدية لها تأثيرات سلبية عديدة.

- لوحظ ندرة في الدراسات السابقة العربية التي تناولت المادية، وذلك في إطار ما توصلت إليه الباحثة من دراسات، على عكس الدراسات الأجنبية التي تناولت هذا المتغير بدرجة كبيرة، فتنوعت أهدافها ما بين التعرف على دور وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المادية بين الشباب، وتأثير أداء الأسرة في المادية والأنانية لدى المراهقين، والفروق بين الجنسين في المادية، والمقارنة الاجتماعية والمادية بين المراهقين، ودرجة تقديس الشباب للمشاهير والمادية، وعلاقة تلفزيون الواقع بالمادية.

- توصلت نتائج معظم الدراسات التي تناولت المادية إلى وجود علاقة بين التعرض لإعلانات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي والمادية لدى المستخدمين، وأن المقارنة الاجتماعية والشخصيات الإعلامية والمشاهير من المؤشرات الإيجابية على المادية، ما عدا دراسة Carrie, Kara (2008)، التي أثبتت أن مشاهدة الإعلانات لم تكن مؤشرًا مهمًا للمادية.

- أثبتت نتائج دراسات التمرد النفسي وجود فروق بين الذكور والإناث في مقياس التمرد، ما عدا دراسة **حنان أمين** (2023)، و**رقيه نبار** (2018)، فأكدتَا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التمرد النفسي وفقًا للنوع.

- تنوعت الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة ما بين الاستبانة الورقية والإلكترونية، وصحيفة تحليل المضمون، والمقابلة، والملاحظة، واستخدمت دراسة **عثمان فكري** (2022) مجموعة النقاش المركزة، ومن الملاحظ بشكل عام اعتماد الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي.

- استخدمت الدراسات السابقة عينات مختلفة، فاعتمدت بعض الدراسات على المراهقين بجميع مراحل المراهقة (المبكرة والمتوسطة والمتأخرة)، وهناك دراسات أخرى تم تطبيقها على الشباب والجمهور العام والمدرسين والموظفين والنساء والأطفال.

واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة، وصياغة تساؤلاتها وفرضياتها، واختيار الإطار النظري الملائم للدراسة، وتحديد عينة الدراسة، وتصميم الاستبانة وصياغة مقاييس الدراسة، إضافة إلى الاطلاع على نتائج الدراسات السابقة ومقارنتها بما توصلت إليه الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

تطبيق إنستجرام هو موقع تواصل اجتماعي تم إنشاؤه في عام 2010، يتضمن نشر الفيديوهات والصور، مع خيار استخدام مرشحات مختلفة لتحسنين الصور، ومتابعة حسابات الآخرين، كل هذه المميزات قد تجعل المستخدمين عرضة للتأثيرات السلبية التي تهدد رفاهيتهم[67]، وتشير البيانات إلى وجود أكثر من ملياري مستخدم لدى إنستجرام في أكتوبر 2024، وأن أكثر مستخدميه من الفئات العمرية الأصغر سنًا، بعكس فيسبوك، حيث يستخدمه نسبة (25.9٪) من الأفراد الذين تبلغ أعمارهم 13 عامًا أو أكثر حول العالم [68]، وقد لاحظت الباحثة من واقع معايشتها للمراهقين، سواء بالمرحلة الثانوية أو الجامعية، أنهم يمتلكون حسابات علي تطبيق إنستجرام، ويتابعون منشورات الآخرين من صور وفيديوهات، ويقارنون أنفسهم وما يمتلكون بما يشاهدونه علي التطبيق، وهذا يؤدي إلى عدم الرضا عن حياتهم وتمردهم عليها، ويظهر ذلك في

أحاديثهم وتصرفاتهم مع الآخرين، وانطلاقًا من هذه الملاحظة أجرت الباحثة دراسة استطلاعية على عينة من المراهقين تم اختيارهم عشوائيًا، وكشفت نتائج هذه الدراسة ارتفاع معدل استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام بنسبة بلغت (80٪)، وأنهم يقارنون أنفسهم بالآخرين على التطبيق بشكل دائم بنسبة (76.7٪)، وأحيانًا بنسبة (13.3٪)، ونادرًا بنسبة (10.0٪)، وأن حسابات المشاهير جاءت في الترتيب الأول كأكثر الحسابات التي يفضلون متابعتها بنسبة (100٪).

وفي إطار تزايد اعتماد المراهقين على وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات مهمة في التواصل والتفاعل برزت الحاجة إلى فهم تأثيرها في صحتهم النفسية، وذلك انطلاقًا من فرضية مفادها أن تعرض المراهقين المستمر للصور الإيجابية التي يشاركها الآخرون يمكن أن يثير لديهم مشاعر سلبية نتيجة مقارناتهم المستمرة التي قد تولد لديهم مشاعر الحسد والاكتئاب وعدم الرضا عن الحياة[69]، وهذا يخلق اضطرابات ومشكلات نفسية وسلوكيات غير عادية لديهم كظاهرة التمرد النفسي نحو مراكز السلطة بالنسبة لديهم، كالأسرة والمؤسسات التعليمية والمجتمع، وذلك لإثبات ذواتهم، إذ تُعدَّ هذه الظاهرة جزءًا طبيعيًا من مرحلة المراهقة التي يسعى فيها المراهقون لتحديد هويتهم، واكتشاف العالم من حولهم، ومع تكرار التعرض للمحتوى المرئي بإنستجرام الذي يركز على القيم المادية يتمني المراهقون امتلاك الأشياء الموجودة لدى الآخرين، اعتقادًا منهم أن هذا سيحقق لهم السعادة والنجاح مثلهم، ومن ثمَّ يزيد مستوى التطلعات المادية لديهم، وخاصة مع إجراء المقارنات الاجتماعية التي تخلق انطباعًا لديهم بأن الآخرين يعيشون حياة أفضل منهم، مما قد ينعكس بالسلب عليهم، ومن هذا المنطلق يمكن صياغة المشكلة البحثية في الإجابة عن تساؤل: "**ما العلاقة بين المقارنات الاجتماعية للمراهقين مستخدمى تطبيق إنستجرام والتمرد النفسى والتطلعات المادية لديهم؟**".

أهمية الدراسة:

- أهمية تطبيق إنستجرام بوصفه من مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المراهقون استخدامها لمشاركة الصور والفيديوهات مع الآخرين، وتوثيق أحداثهم اليومية، واستخدام الفلاتر في تحرير الصور، وإضافة تأثيرات خاصة عليها، حيث يحظى بإقبال شديد من قبل المراهقين لارتباطه بحياتهم اليومية.

- أهمية الفئة العمرية، حيث تمثل فئة المراهقين الشريحة الأكثر تفاعلًا على مواقع التواصل الاجتماعي، وتُعدَّ مرحلة المراهقة من أهم المراحل التي يمر بها الفرد، فهي فترة انتقالية حرجة تحدد ما سيكون عليه المراهق في المستقبل، إضافة إلى أنها مرحلة تتصف بالتغيرات المختلفة بجميع جوانب النمو الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي، ويحيط بالفرد فيها بعض المؤثرات التي قد تقوده إلى القيام ببعض أنماط السلوك غير المناسبة.
- تركيز معظم الدراسات على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، مثل فيسبوك ويوتيوب وأنماط استخدامها، وعدم تطرق الدراسات كثيراً لتطبيق إنستجرام وتأثيراته النفسية والاجتماعية على مستخدميه، فهو يحتاج إلى دراسة متعمقة لتوعية المستخدمين وأولياء الأمور والخبراء المتخصصين بهذه التأثيرات، وخاصة أن هذه الدراسة تعد من الدراسات البينية التي تجمع بين الإعلام وعلم النفس.
- تستمد الدراسة أهميتها من سعيها للتحقق من التأثيرات السلبية للمقارنات الاجتماعية وخاصة التصاعدية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام، وذلك عن طريق اختبار فرضيات نظرية المقارنة الاجتماعية بوصفها من النظريات المفسرة للمقارنات الاجتماعية، فهي تركز على فكرة المقارنة التي يجريها الفرد بينه وبين الآخرين بهدف تقييم نفسه.
- موضوع التمرد النفسي من الموضوعات باللغة الأهمية، فهي ظاهرة حديثة منتشرة بين المراهقين، لذا من الضروري البحث عن مسببات هذه الظاهرة، إضافة إلى إلقاء الضوء على المادية بوصفها سمة شخصية غير مرغوب فيها اجتماعيًا، حيث يربط المراهق نجاحه وسعادته بعدد ما لديه من ممتلكات وأشياء، وهذا قد يغرس المادية لديه.
- لفت انتباه المؤسسات الاجتماعية والمسؤولين وأولياء الأمور لتوعية المراهقين بمخاطر وتأثيرات إنستجرام النفسية والاجتماعية والأكاديمية عن طريق حملات التوعية والندوات والمحاضرات.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في: "**التعرف على العلاقة بين المقارنات الاجتماعية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم**"، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية هي:

1- التعرف على طبيعة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.

2- معرفة أكثر الحسابات التي يفضل المراهقون متابعتها على تطبيق إنستجرام.

3- الكشف عن أهم العوامل التي تجذب المراهقين بالمنشورات التي يتصفحونها على تطبيق إنستجرام.

4- الكشف عن الدوافع (النفعية - الطقوسية) لاستخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.

5- اختبار العلاقة بين كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم.

6- دراسة وتفسير العلاقة بين كلٍ من المقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام.

7- تقديم رؤية أكثر عمقًا للمقارنات الاجتماعية التي يجريها المراهقون مستخدمو إنستجرام من غير عينة البحث الأصلية بمجموعات النقاش المركزة، وتأثيرها في تمردهم النفسي وتطلعاتهم المادية، من خلال ملاحظة ردود أفعالهم بشكل مباشر، والاستماع إلى آرائهم المختلفة، ومقارنتها مع النتائج الكمية للدراسة.

تساؤلات الدراسة:

1- ما معدل استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام؟

2- ما أكثر الحسابات التي يفضل المراهقون عينة الدراسة متابعتها على تطبيق إنستجرام؟

3- ما أكثر أشكال التفاعل التي يقوم بها المراهقون عينة الدراسة أثناء استخدام تطبيق إنستجرام؟

4- ما الدوافع (النفعية - الطقوسية) لاستخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام؟

5- ما المقارنات الاجتماعية الناتجة عن استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام؟

6- ما أبعاد التمرد النفسي لدى المراهقين عينة الدراسة الناتج عن استخدام تطبيق إنستجرام؟

7- ما أبعاد التطلعات المادية لدى المراهقين عينة الدراسة الناتجة عن استخدام تطبيق إنستجرام؟

8- ما العلاقة بين كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم؟

9- ما تأثير المقارنة الاجتماعية والتطلعات المادية في التمرد النفسي الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام؟

فرضيات الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية لديهم.

2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم.

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والتطلعات المادية لديهم.

4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (النفعية - الطقوسية) لاستخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام تطبيق إنستجرام وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع - المرحلة العمرية - المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة في مقياس التمرد النفسي الناتج عن استخدام تطبيق إنستجرام وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع - المرحلة العمرية - المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدام تطبيق إنستجرام وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع - المرحلة العمرية - المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

8- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كلٍ من المقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام.

9- يوجد تأثير إيجابي دال إحصائيًا لكلٍ من (المقارنة الاجتماعية - التطلعات المادية) على التمرد النفسي الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.

الإطار النظري:

1- **نظرية المقارنة الاجتماعية** Social comparison theory:

طوَّر عالم النفس الاجتماعي ليون فستنجر Leon Festinger (1954) نظرية المقارنة الاجتماعية التي تفترض أن الناس يميلون إلى تقييم أنفسهم وآرائهم وقدراتهم من خلال مقارنتها بالآخرين[70]، ويرى علماء النفس الاجتماعيين أن الرغبة في معرفة الذات عن طريق المقارنة مع الآخرين هي خاصية في الطبيعة البشرية[71]، وعلى الرغم من أن الأفراد يفضلون تقييم أنفسهم باستخدام المعايير الموضوعية وغير الاجتماعية، فإنهم يلجؤون إلى إجراء المقارنات الاجتماعية مع الآخرين عندما لا تتوفر هذه المعايير الموضوعية وغير الاجتماعية[72]، فالأفراد يهتمون بإجراء هذه المقارنات مع الآخرين لتلبية حاجاتهم لاكتساب المعرفة عن أنفسهم والتأكد مما يمكن لقدراتهم تحقيقه[73]، وتعني المقارنة الاجتماعية العملية التي من خلالها يمكن مقارنة الذات بالآخرين، وهناك نوعان من المقارنات الاجتماعية:

- **المقارنة الاجتماعية التصاعدية:** عندما يقارن الأفراد أنفسهم بأشخاص أفضل منهم حالًا؛ وهذا يؤدي إلى توليد مشاعر سلبية كالغيرة والحسد[74].

- **المقارنة الاجتماعية التنازلية:** عندما يقارن الأفراد أنفسهم بأشخاص أقل حالًا منهم؛ وهذا يؤدي إلى ردود فعل إيجابية كتعزيز رفاهيتهم الذاتية[75].

فالمقارنات الاجتماعية هي تصور وقياس من حيث الاتجاه قد يكون سلبيًا أو إيجابيًا، حيث ترتبط المقارنات الإيجابية بالمقارنة التنازلية، أما المقارنات السلبية فترتبط بالمقارنة التصاعدية[76]، ومن المرجح أن تكون المقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي تصاعدية وليست تنازلية[77]، فإنستجرام يتيح لمستخدميه أن يقدموا أجمل وأحسن ما فيهم من صفات وما عندهم من أشياء وممتلكات، وعندما يشاهد المراهقون ذلك يشعرون أن الآخرين أحسن حالًا منهم، وهذا يتيح مجالًا أكبر لإجراء المقارنات التصاعدية التي قد تؤدي إلى زيادة تطلعاتهم المادية وتمردهم النفسي لإشباع احتياجاتهم.

2- **نظرية التمرد النفسى** Psychological rebellion theory:

قدم Jack Brehm (1966) نظريته في التمرد النفسي، التي حاولت تفسير مفهوم التمرد، فهو أول من بحث في رد الفعل النفسي لدى الأفراد نحو استعادة حرياتهم المسلوبة أو المهددة بالسلب، فلو قُيد نشاط الفرد يصبح هذا النشاط مرغوبًا بدرجة أكبر وعندها يحدث التمرد النفسي لديه[78]، وتستند النظرية إلى افتراضين؛ الافتراض الأول أن الأشخاص لديهم مجموعة من السلوكيات الحرة التي يعتقدون أنهم يستطيعون تنفيذها، والافتراض الثاني هو أنه عندما يتم تهديد السلوكيات الحرة للأفراد أو القضاء عليها، فإنهم يصبحون متحفزين لاستعادة حريتهم[79].

فالتمرد النفسي هو قوة دافعية تنشأ عندما تقلص حرية الأفراد أو تتعرض للتهديد، لذلك تسعى الدافعية لاستعادة السلوك المهدد الذي يتناسب طرديًا مع حجم التمرد، فكلما كان السلوك مهمًا للفرد أدى ذلك إلى زيادة التمرد النفسي لديه[80]، ومن أكثر ما يتمرد عليه الفرد القضايا البشرية، مثل وجبات الطعام المنزلية، والمسؤوليات، ومعايير اللبس والمظهر، والمهام الدراسية، ويتأثر التمرد بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي للفرد والبيئة المحيطة به[81].

3- **نظرية الحرمان النسبى** Relative deprivation theory:

تعد نظرية الحرمان النسبي من أهم النظريات التي تطرح تفسيراً لظاهرة سلوك التمرد، فهي تهدف إلى فهم الدوافع والأسباب التي تؤدي إلى التمرد، ففي كل مجتمع يوجد نوعان من الآليات التي تؤثر في حالة الرضا أو الشعور بالحرمان، هما التوقعات أو التطلعات والإمكانيات[82]، ووفقًا لهذه النظرية، فإنه طالما أن مستوى الإمكانيات المتاحة لدى الفرد يسمح بتحقيق تطلعاته، فإن مستوى الإحساس بالحرمان يكون منخفضاً، وبذلك لن يحدث التمرد لأن احتمالات حدوثه تتزايد عندما تتسع الفجوة بين التطلعات والإمكانيات[83].

ويُعدَّ ديفيس Davis (1959) أول من حاول صياغة بيان رسمي للحرمان النسبي، يفترض أن أي مجموعة اجتماعية يمكن تقسيمها إلى الأشخاص الذين يمتلكون الأشياء (غير المحرومين)، وأشخاص لا يمتلكون الأشياء (المحرومين)، وعندما يقارن الشخص المحروم نفسه بغير المحروم، فإن الحالة التي تنتج هي (الحرمان النسبي)[84]، الذي يعرف بأنه تقييم الشخص لنفسه بأنه أسوأ حالًا عندما يقارن نفسه بالآخرين، ويصاحب ذلك مشاعر الإحباط والغضب والاستياء، وبذلك فإن الحرمان النسبي مرتبط بالمقارنة مع الآخرين[85].

وتعد نظرية الحرمان النسبي الأساس لنظريات متعددة في علم النفس الاجتماعي، بما في ذلك نظرية الإحباط والعدوان ونظرية المقارنة الاجتماعية، وتركز هذه النظرية على المشاعر والأفعال، فتحاول الكشف عن مشاعر الحرمان لدى الفرد، التي قد تنتج عن مقارنة وضعه بوضع شخص أو مجموعة، وكذلك التأثيرات السلوكية لمشاعر الحرمان، وذلك لشرح كيف يمكن لمشاعر الحرمات من المال والمكانة والسلطة أن تدفع الأفراد للتغير الاجتماعي[86].

من خلال ما سبق، يتضح أن هذه النظريات تُمثل إطاراً نظرياً ملائماً لموضوع الدراسة الحالي، فنظرية المقارنة الاجتماعية توفر رابطًا منطقياً للعلاقة بين الاتجاه والسلوك، هذا الرابط يبرر قيام المراهق ببعض السلوكيات الناتجة عن المقارنات، كالتطلع المادي والتمرد النفسي من أجل تلبية احتياجاته، وعيش حياة الرفاهية، كالتي يشاهدها في

صور وفيديوهات الآخرين علي تطبيق إنستجرام، وخاصة إذا كانوا من المشاهير والمؤثرين الذين يعيشون في منازل باهظة الثمن، ولديهم سيارات حديثة، ويمتلكون أحدث الأجهزة الذكية، ويرتدون أشهر ماركات الملابس، وترتبط نظرية المقارنة الاجتماعية بالحرمان النسبي، حيث يجب أن يكون هناك مقارنات يقوم بها الفرد ليشعر بالحرمان، وطالما أن مستوى الإمكانيات المتاحة لدى المراهق لا تسمح له بتحقيق تطلعاته لامتلاك الأشياء الموجودة بصور وفيديوهات الآخرين، فإن مستوى الحرمان سيكون مرتفعاً، فيشعر بالإحباط والغضب والاستياء، وهذا سيدفعه للتمرد لتحطيم مصادر الإحباط والغضب لديه سواء على مستوى الأسرة أو المدرسة أو المجتمع، وبذلك، ففي ضوء نظرية الحرمان النسبي لا يشعر المراهقون بالرضا أو عدم الرضا بناء على إذا ما كانت الظروف المادية لحياتهم جيدة أو سيئة، بل بناء على إذا كانت هذه الظروف أفضل أو أسوأ من تلك التي يعيشها الآخرون الذين يقارنون أنفسهم بهم، وبذلك تقدم هذه النظريات تفسيراً منطقياً لسلوك المقارنة التي يجريها المراهقون مع الآخرين، وخاصة المقارنات التصاعدية وتأثيراتها السلبية في صحتهم النفسية.

مصطلحات الدراسة:

- **تطبيق إنستجرام** Instagram application: "تطبيق لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو وتنظيمها بواسطة علامة الهاشتاج (#)، ويوفر التطبيق عدداً من المرشحات الخاصة التي تسمح للمستخدمين بتغيير ألوان ودقة الصور قبل نشرها[87]، ويسمح التطبيق بمتابعة المشاهير وغيرهم من الأشخاص المعروفين لمشاهدة ما ينشرونه من صور عن حياتهم اليومية"[88].

-**المراهقون** Adolescents: يمكن تعريفهم إجرائياً بأنهم الذكور والإناث الملتحقون بالتعليم الثانوي والجامعي الذين يعيشون في مرحلتي المراهقة المتوسطة والمتأخرة، وبذلك فهم يقعون في الفترة العمرية من (15 - 21) عاماً، أي تلك الفترة التي ينتقلون فيها من مرحلة الطفولة والمراهقة المبكرة إلى مرحلة الرشد والنضج.

وتنقسم مرحلة المراهقة إلى ثلاث مراحل؛ المراهقة المبكرة، والمتوسطة، والمتأخرة، وتركز هذه الدراسة على مرحلتي المراهقة المتوسطة والمتأخرة، ففي مرحلة المراهقة المتوسطة

من (15 - 17) عاماً، يسعى المراهقون لتحديد هويتهم، وقد يظهر التمرد فيها كطريقة لتجربة أدوار مختلفة، وفي مرحلة المراهقة المتأخرة من (18 - 21) عاماً، يميل المراهقون إلى أن يصبحوا أكثر استقلالية، وقد يقل التمرد مع اقترابهم من مرحلة الرشد، ويطلق البعض على هذه المرحلة اسم مرحلة الشباب، فهي مرحلة اتخاذ القرار[89].

- **التمرد النفسى** Psychological Rebellion: "شعور الفرد بالرفض ومخالفة كل ما هو قائم من فكر ومبادئ وعادات وتقاليد لأنظمة السلطة، المتمثلة بالأسرة والمؤسسة التعليمية والمجتمع، وذلك نتيجة محاولات تقيدها حريته الفكرية والسلوكية، ويترتب على ذلك الشعور بعض السلوكيات التي تتصف بالعداء والكراهية أو الغضب"[90].

- **المقارنة الاجتماعية** Social Comparison: يُعرِّفها Festinger بأنها: "سعي الأفراد إلى تقييم أنفسهم وقدراتهم وآرائهم ومعتقداتهم من خلال المقارنة مع الآخرين، وذلك عندما لا تتوافر وسائل تقييم الذات الموضوعية"[91].

- **المادية** Materialism: "هي سمة أو قيمة أو دافع يدفع الأفراد إلى امتلاك السلع المادية من أشياء وممتلكات لتحسين الرضا عن الحياة"[92]، وعند مراجعة دراسات المادية التي أُجريت، وجد Richins and Dawson (1992) أن التعريفات الحالية تُشير إلى المادية على أنها مدى أهمية الممتلكات واقتنائها في حياة الأفراد (أي المركزية المادية)، ومدى اعتقاد الأفراد بأن الممتلكات واقتنائها تجلب السعادة والرضا عن الحياة (أي السعادة المادية)، ومدى تقييم الأفراد لنجاح الآخرين من حيث الممتلكات (النجاح المادي)[93].

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة الحالية إلى البحوث والدراسات الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح الإعلامي لجمع البيانات من المراهقين عينة الدراسة؛ وذلك للتعرف علي العلاقة بين المقارنات الاجتماعية التي يجريها المراهقون مستخدمي تطبيق إنستجرام والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم، إضافة إلى المنهج المقارن للمقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف بين المراهقين بمرحلتي المراهقة المتوسطة والمتأخرة في استخدامهم لتطبيق

إنستجرام، وعلاقة هذا الاستخدام ببعض المتغيرات، واستخدمت الباحثة المنهج الكيفي أيضًا لمعالجة البيانات النوعية لنتائج جلسات مجموعات النقاش المركزة، إذ يهدف هذا المنهج إلى فهم الظاهرة بدقة، والخوض في عمق التجربة وتفسير المعاني الكامنة وراء السلوكيات و الآراء.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تَحدد مجتمع الدراسة الحالية في المراهقين من مستخدمي تطبيق إنستجرام بالمجتمع المصري الذين تتراوح أعمارهم بين (15- 21) عامًا، وتم جمع بيانات الدراسة الميدانية في نهاية الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (2024/ 2025م)، وطُبِقَت الدراسة على عينة عمدية بأسلوب كرة الثلج قوامها (350) مفردة من طلاب وطالبات مرحلة المراهقة المتوسطة بالتعليم الثانوي، وطلاب وطالبات المراهقة المتأخرة بالتعليم الجامعي، تم تقسيمهم إلى (150) مفردة بالمرحلة الثانوية ببعض مدارس محافظة الدقهلية، و(200) مفردة بالمرحلة الجامعية بالكليات العملية والنظرية بجامعة المنصورة، وبلغت عينة مجموعات النقاش المركزة (18) طالبًا من غير عينة البحث الأصلية، موزعين على ثلاث مجموعات كل مجموعة (6) أفراد؛ لضمان مشاركة كل الطلاب في المناقشة، وإعطاء فرصة لكل طالب لإبداء رأيه، وهذا سوف يقلل الضغط والجهد على الباحثة أثناء تسجيل البيانات؛ ومن ثمَّ الخروج بنتائج كيفية أكثر عمقًا تفيد في تفسير موضوع الدراسة، وروعي عند اختيار عينة مجموعة النقاش أن تشمل طلاب وطالبات من مرحلتي المراهقة المتوسطة والمتأخرة بالمدارس والكليات نفسها التي أُخِذت منها العينة الأصلية؛ لتُمثل جميع المتغيرات الديموغرافية لها، وقد وقع اختيار الباحثة على المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة، لأنهم من أكثر الفئات استخداماً لتطبيق إنستجرام، ويمتلكون حسابات عليه من فترة طويلة أكثر من المراهقين بمرحلة المراهقة المبكرة الأصغر سنًا منهم، إضافة إلى أنهم لديهم استعداد للاشتراك في التطبيق والتجاوب مع الباحثة بشكل أكبر، وترشيحهم لمراهقين آخرين، مما سهل عليها عملية التطبيق، وأيضًا لأن التمرد يعتبر جزءًا طبيعيًا من مرحلة المراهقة، حيث يسعى المراهقون

لتحديد هويتهم، وتأكيد ذواتهم والرغبة في الاستقلال؛ مما قد يؤدي إلى تمردهم نفسياً لتجربة أدوار مختلفة، والجدول الآتي يوضح خصائص عينة الدراسة الكمية.

جدول (1) توصيف عينة الدراسة

المتغيرات	العينة	ك (ن=350)	٪
النوع	ذكور	149	42.6
	إناث	201	57.4
	المجموع	350	100.0
المرحلة العمرية (الدراسية)	المراهقة المتوسطة (المرحلة الثانوية)	150	42.9
	المراهقة المتأخرة (المرحلة الجامعية)	200	57.1
	المجموع	350	100.0
المستوى الاجتماعى والاقتصادي	منخفض	54	15.4
	متوسط	186	53.1
	مرتفع	110	31.4
	المجموع	350	100.0

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على الأدوات الآتية:

1- **الاستبانة:** صُمِّمت للتعرف على العلاقة بين المقارنات الاجتماعية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم، وأعدت الاستمارة بحيث تغطي أهداف الدراسة وتحاول قياس فرضياتها، بتقسيمها إلى عدة محاور: محور عادات وأنماط استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام، ومحور دوافع استخدام التطبيق (النفعية والطقوسية)، ومحور مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام التطبيق، ومحور مقياس التمرد النفسي الناتج عن استخدام التطبيق، الذي احتوى على مجموعة عبارات تقيس أبعاد: (التمرد الأسري- التمرد المجتمعي- التمرد الدراسي)، ومحور مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدام التطبيق، الذي احتوى على مجموعة عبارات تقيس أبعاد: (النجاح المادي - المركزية المادية - السعادة المادية)، إضافة إلى

أسئلة البيانات الشخصية الخاصة بالمتغيرات الديموغرافية لعينة المراهقين، وتم الرجوع إلى الدراسات السابقة[94] التي ترتبط بموضوع الدراسة؛ بهدف الاستفادة منها في إعداد مقاييس الدراسة التي تمت الإجابة عنها عن طريق مقياس ليكرت ثلاثي التقدير، حيث أعطيت ثلاث درجات للبديل موافق، ودرجتان للبديل محايد، ودرجة واحدة للبديل معارض، واستبعدت الباحثة الاستمارات غير الصالحة ليكون عددها النهائي (350) استبانة صالحة للتفريغ في جداول.

2- **مجموعات النقاش المركزة:** هي أداة جمع بيانات كيفية وليست كمية، تهتم بالتعرف على آراء وسلوكيات المراهقين بشكل متعمق، من خلال ملاحظة ردود أفعالهم بشكل مباشر، وقامت الباحثة بتكوين ثلاث مجموعات للنقاش، احتوت كل مجموعة على ستة مراهقين، وبذلك فإن عدد عينة مجموعات النقاش المركزة بلغ (18) مفردة من المراهقين من غير عينة البحث الأصلية الذين طبقت عليهم الاستبانة، حتى لا يكون هذا مؤشراً لإجاباتهم عن الأسئلة أثناء جلسة النقاش، وروعي في اختيار عينة مجموعة النقاش أن تُمثل جميع المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة الأصلية من المراهقين، وقد احتوى دليل المناقشة على مجموعة أسئلة مرتبطة بموضوع الدراسة ومتشابهة مع أسئلة الاستبانة؛ وذلك لتسهيل إجراء المقارنات بين نتائج استمارة الاستبانة ومجموعات النقاش المركزة، وركَّزت المناقشة على المحاور الآتية:

- عادات وأنماط استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.
- الدوافع النفعية والطقوسية لاستخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.
- المقارنات الاجتماعية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.
- مدى تأثير استخدام تطبيق إنستجرام في التمرد النفسي للمراهقين.
- مدى تأثير استخدام تطبيق إنستجرام في التطلعات المادية للمراهقين.

اختبار الصدق والثبات:

تم التأكد من صدق أدوات الدراسة عن طريق استخدام أسلوب الصدق الظاهري بعرضها على مجموعة من الأساتذة المُحكِّمين المتخصصين بمجال الإعلام والصحة النفسية وعلم النفس[95]؛ وذلك بهدف التأكد من قياسها لأهداف الدراسة وفرضياتها،

وبناء على ملاحظاتهم تم إجراء ما يَلزم من تعديلات لبعض الأسئلة؛ لتصبح الأدوات قابلة للتطبيق النهائي على عينة الدراسة، إضافة إلى ذلك، أجرت الباحثة اختباراً قَبلياً لاستمارة الاستبانة وذلك بتطبيقها على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية بلغ قوامها (10٪) من إجمالي العينة الأصلية بواقع (35) مفردة؛ بهدف التعرف علي مدى صلاحيتها لما تريد قياسه، والتأكد من فهم المراهقين لما تحتويه من أسئلة.

وللتأكد من ثبات أداة الاستبانة استخدمت الباحثة طريقتين لحساب الثبات؛ الأولى بطريقة إعادة الاختبار بتطبيق الأداة نفسها بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول على نسبة (10٪) من حجم العينة الأصلية، وحساب قيمة معامل الارتباط بين التطبيقين، الذي بلغ (0.907)، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، وتدل على علاقة شبه تامة بين التطبيقين الأول والثاني، ويشير هذا إلى دقة الاستبانة وثباتها، والطريقة الثانية من خلال ألفا كرونباخ، التي أشارت إلى أن قيمة الثبات للاستبانة ككل بلغت (0.869)، وهي قيمة جيدة ومقبولة إحصائياً، تؤكد صلاحيتها للتطبيق.

أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية.
- اختبار كا^2 للاستقلالية Chi Square Test of Independence.
- اختبار (ت) لعينتين مستقلتين Independent - Samples T Test للكشف عن الفروق بين متوسطي درجات عينة الدراسة وفقًا للمتغيرات الآتية: النوع (ذكور- إناث)، المرحلة العمرية (المراهقة المتوسطة، التي تشير إلى المرحلة الثانوية - المراهقة المتأخرة والتي تشير إلى المرحلة الجامعية).
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One - Way ANOVA الذي يستخدم للمقارنة بين المتوسطات الحسابية لثلاث أو أكثر من المجموعات، وذلك لمعرفة الفروق بين متوسطات عينة الدراسة تبعًا لمتغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

- المقارنات المتعددة البعدية Multiple Comparison (Post Hoc) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقًا لمتغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وذلك باستخدام مدى شيفيه Scheffe للمتوسطات.

- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة.

- تحليل الانحدار الخطى Linear Regression Analysis لمعرفة نسبة إسهام متغيرات الدراسة ببعضها.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة

1- معدل استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام:

جدول (2) التكرار والنسب المئوية لمعدل استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام

استخدام تطبيق إنستجرام	التكرار	٪
دائما	205	58.6
أحيانًا	102	29.1
نادرًا	43	12.3
المجموع الكلى	350	100.0

- توضح نتائج الجدول السابق أن الاستخدام دائما جاء في المركز الأول بنسبة (58.6٪)، وجاء الاستخدام أحيانًا في المركز الثاني بنسبة (29.1٪)، أما الاستخدام نادرًا فجاء في المركز الثالث والأخير بنسبة (12.3٪)، وهذه النتيجة تدل على ارتفاع نسبة استخدام المراهقين للتطبيق، ويمكن تفسير ذلك في ضوء سهولة الوصول إلى تطبيق إنستجرام فهو متاح على الهاتف الذكي بشكل دائم، مما يجعله جزءًا لا يتجزأ من حياة المراهقين اليومية يمكنهم استخدامه في أي وقت ومكان، إضافة إلى أنه يوفر للمراهقين مزايا عديدة لا توجد في تطبيقات التواصل الاجتماعي الأخرى، مثل أنه يركز على المحتوى المرئي من صور ومقاطع فيديو، ويقدم ميزة القصة story غير الموجودة بالشكل نفسه في التطبيقات الأخرى، مما يجعله مختلف في طريقه تسجيل المراهق للحظاته اليومية ومشاركتها مع الآخرين، ويقدم أيضًا مجموعة الفلاتر التي يمكن إضافتها إلى الصور والفيديوهات لتحسينها، وإضافة لمسة جمالية عليها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **صفا**

إبراهيم (2021)، التي أثبتت أن معدل الاستخدام دائمًا جاء في المركز الأول بنسبة (65.3٪)، ثم أحيانًا بنسبة (25.3٪)، ونادرًا في المركز الأخير بنسبة (9.4٪)[96].

2- عدد أيام استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام:

جدول (3) التكرار والنسب المئوية لعدد أيام استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام

عدد أيام استخدام تطبيق إنستجرام	التكرار	٪
كل أيام الأسبوع	205	58.6
من أربعة إلى خمسة أيام	101	28.8
يوم واحد	44	12.6
المجموع الكلي	350	100.0

- تكشف نتائج الجدول السابق أن نسبة (58.6٪) تستخدم تطبيق إنستجرام كل أيام الأسبوع وبهذا تكون حصلت على المركز الأول، يليها من أربعة إلى خمسة أيام في المركز الثاني بنسبة (28.8٪)، ثم يوم واحد في المركز الثالث بنسبة (12.6٪)، وتشير هذه النتيجة أيضًا إلى ارتفاع نسبة استخدام المراهقين لإنستجرام، وهذا يرجع للمزايا المتعددة التي يمتلكها التطبيق وتجذب المراهقين للتعلق به ليصبح استخدامه في حياتهم روتينًا يوميًا.

3- متوسط عدد ساعات استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام:

جدول (4) التكرار والنسب المئوية لمتوسط عدد ساعات استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام

عدد ساعات استخدام تطبيق إنستجرام	التكرار	٪
ثلاث ساعات فأكثر	218	62.3
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	97	27.7
أقل من ساعة	35	10.0
المجموع الكلي	350	100.0

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن عدد ساعات استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام ثلاث ساعات فأكثر جاء في مقدمة ساعات الاستخدام بنسبة (62.3٪)، يليه الاستخدام من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة (27.7٪)، وأخيرًا الاستخدام لأقل من ساعة بنسبة (10.0٪)، وهذا يشير إلى أن المراهقين يقضون ساعات كثيرة في استخدام التطبيق، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن إنستجرام يشجع المراهقين على التفاعل مع المحتوى بشكل دائم، وينعكس هذا على زيادة الوقت الذي يقضونه في تصفح

المنشورات ومشاركتها مع المستخدمين الآخرين، لذلك يسيطر على تفكيرهم ليصبح من أولوياتهم اليومية.

4- عدد مرات استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام

جدول (5) التكرار والنسب المئوية لعدد مرات استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام

عدد مرات استخدام تطبيق إنستجرام	التكرار	٪
أكثر من خمس مرات يومياً	222	63.4
من مرتين إلى أربع مرات يومياً	82	23.4
مرة واحدة في اليوم فقط	46	13.2
المجموع الكلي	350	100.0

- تؤكد نتيجة هذا الجدول نتائج الجداول السابقة، فتشير نتائجه إلى أن المراهقين يستخدمون تطبيق إنستجرام أكثر من خمس مرات يومياً بنسبة (63.4٪)، وهذا يتماشى مع استخدامهم له كل أيام الأسبوع ولأكثر من ثلاث ساعات، وجاء الاستخدام من مرتين إلى أربع مرات يومياً في المركز الثاني بنسبة (23.4٪)، وجاء الاستخدام مرة واحدة في اليوم فقط في المركز الثالث والأخير بنسبة (13.2٪)، وتشير هذه النتيجة إلى تعلق المراهقين الدائم بالتطبيق بالحسابات التي يتابعونها عليه، ويمكن تفسير ذلك في ضوء احتوائه على محتوى جذاب يلبي رغباتهم، ويثير داخلهم الفضول، ويحفزهم على البقاء متصلين عليه لفترة طويلة حتى لا تفوتهم أي معلومة أو خبر بحسابات الآخرين، إضافة إلى تفقد المراهقين باستمرار لحسابهم على إنستجرام بسبب الإشعارات التي تصلهم سواء بالإعجاب أو التعليق، كل ذلك جعل استخدامهم لإنستجرام عادة يومية مهمة لدى عديد منهم، إذ إن كثيراً منهم يستخدمه من بداية يومه عندما يستيقظ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Rehan, et al(2023)، التي أثبتت أن استخدام إنستجرام أكثر من ثلاث مرات يومياً جاء في المركز الأول بنسبة (77.1٪)[97].

- وأكدت نتائج الجداول السابقة نتائج جلسات النقاش المركزة، فأفاد المراهقون عينة الدراسة بأنهم يستخدمون تطبيق إنستجرام يومياً منذ سنوات، ويقضون عليه ساعات طويلة، وأجمع المراهقون أنهم يستخدمونه كل أيام الأسبوع، إذ يتيح لهم التواصل مع الأهل والأصدقاء ومشاهدة الحسابات التي تلبي احتياجاتهم، والتعرف على ثقافات

جديدة، وفي هذا الإطار ذكر أحد المراهقين في جلسات النقاش المركزة "أنا أجلس على التطبيق ومبعرفش الوقت إلى بقضيه عليه، ممكن أقعد استخدم التطبيق من أول ما بصحى بقوم افتح إنستجرام أشوف إيه الأخبار"، وأضافت إحدى المراهقات "بعد ما بدخل عشان أنام ألاقي نفسي قاعدة أتصفح المنشورات لغاية ما أسمع أذان الفجر، وأنا أصلًا كنت داخلة بنام على نفسي، فهو بِيشد الواحد وممكن يسرق الوقت مني بدرجة كبيرة لأني بكون مستمتعه بالمنشورات والقصص اللي بشوفها، وكمان ممكن أَدردش مع أصحابي لوقت طويل عليه وأشارك معاهم بعض المنشورات إلى بتعجبني".

أ- الفروق بين متوسطى درجات المراهقين في كثافة استخدامهم تطبيق إنستجرام تبعا لمتغيري (النوع - المرحلة العمرية):

جدول (6) قيمة "ت" للفرق بين متوسطى درجات المراهقين في كثافة استخدامهم لتطبيق إنستجرام وفقًا لمتغيري (النوع - المرحلة العمرية)

المتغير			العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
كثافة استخدام تطبيق إنستجرام	النوع	الذكور	149	9.61	3.046	2.005	348	0.05 دالة
		الإناث	201	10.20	2.439			
	المرحلة العمرية	مراهقة متوسطة	150	10.01	2.718	0.345	348	0.730 غير دالة
		مراهقة متأخرة	200	9.90	2.737			

استخدام اختبار (T-TEST) في الجدول السابق يظهر ما يلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين الذكور والإناث في كثافة استخدامهم لتطبيق إنستجرام، وذلك لصالح الإناث، بمتوسط حسابي قدره (10.20)، إذ بلغت قيمة "ت" (2.005)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (348)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الإناث يجلسن في المنزل أكثر من الذكور المسموح لهم الخروج في أي وقت، وهذا يزيد من وقت فراغهن، مما يجعلهن أكثر استخدامًا للتطبيق، إضافة إلى أن إنستجرام يحتوي على عدد متنوع من الحسابات التي تهتم بالأزياء والموضة وفنون الطهي والمستحضرات التجميلية والعناية بالبشرة، وكلها تجذب اهتمام الإناث وتلبي احتياجاتهن أكثر من الذكور، إلى جانب أنهن أكثر هوسًا لاستخدام الفلاتر في التصوير لإظهارهن بشكل جديد ومُبتكر.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في كثافة استخدامهم لتطبيق إنستجرام، إذ بلغت قيمة "ت" (0.345)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، مما يشير إلى عدم وجود تأثير لمتغير المرحلة العمرية علي كثافة استخدام تطبيق إنستجرام، وهذا يرجع إلى الانتشار الكبير لوسائل التواصل بشكل عام علي الهواتف الذكية بين الفئات العمرية المختلفة، فمعظم المراهقين اليوم يملكون حسابات علي التطبيقات، وخاصة أن إنشاء حساب علي تطبيق إنستجرام لا يتطلب خطوات معقدة بل بسيطة وسهلة، فعن طريق رقم الهاتف يمكن إنشاء الحساب، وبذلك فإن كلًا من المراهقين بالمرحلتين يستخدم إنستجرام في نشر الصور والفيديوهات، ومتابعة الحسابات، واستخدام القصة، والتواصل والدردشة مع الأهل والأصدقاء.

ب-الفرق بين المستوى الاجتماعى والاقتصادي للمراهقين في كثافة استخدامهم لتطبيق إنستجرام:

جدول (7) تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA لمتوسطات درجات المراهقين وفقًا للمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في كثافة استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
كثافة استخدام تطبيق إنستجرام	بين المجموعات	126.868	2	63.434	8.925	0.01 دالة
	داخل المجموعات	2466.206	347	7.107		
	الدرجة الكلية	2593.074	349			

- تكشف نتائج الجدول السابق أن استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one - way ANova أثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في كثافة استخدام تطبيق إنستجرام، إذ بلغت قيمة ف = (8.925)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا يدل على تأثير متغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي في كثافة استخدام تطبيق إنستجرام، ولتحديد اتجاه هذه الفروق تم استخدام مدى شيفيه scheffe للمتوسطات كما بالجدول الآتي.

جدول (8) قيم مدى شيفيه لاتجاه الفروق بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في كثافة استخدام تطبيق إنستجرام

المتغير	المستوى الاجتماعى والاقتصادي	المتوسط	فروق المتوسطات		
			(1)	(2)	(3)
كثافة استخدام تطبيق إنستجرام	(1) منخفض (ن = 54)	9.46	---		
	(2) متوسط (ن = 186)	9.56	0.102-	---	
	(3) مرتفع (ن = 110)	10.84	1.373-*	1.272-*	---

* دال عند مستوى (0.05)

- تظهر نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط)، ووجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض- مرتفع) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدره (10.84)، وبين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (متوسط - مرتفع) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدره (10.84)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن المراهقين ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع يستخدمون تطبيق إنستجرام في التسوق ومتابعة العروض والخدمات والمنتجات المفضلة لديهم لشرائها، أكثر من المراهقين ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المتوسط والمنخفض.

5- مدة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام:

جدول (9) قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين المراهقين بالمرحلة العمرية (المراهقة المتوسطة. المراهقة المتأخرة) في مدة استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المرحلة العمرية / مدة الاستخدام	المراهقة المتوسطة		المراهقة المتأخرة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أربعة أعوام فأكثر	90	60.0	128	64.0	218	62.3
من عامين إلى أقل من أربعة أعوام	42	28.0	44	22.0	86	24.6
منذ أقل من عامين	18	12.0	28	14.0	46	13.1
المجموع	150	100.0	200	100.0	350	100.0

درجة الحرية = 2 كا^2 = 1.737 مستوى الدلالة = 0.420 غير دالة

- توضح نتائج الجدول السابق أن مدة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام أربعة أعوام فأكثر جاءت في المقدمة وذلك بنسبة (62.3٪)، وتعتبر هذه نتيجة منطقية لأنه يعتبر تطبيقًا قديمًا تم إطلاقة منذ عام 2010، ومن الطبيعي أن تتزايد مدة استخدام المراهقين له، فقد أشار تقرير اليوم السابع إلى أن عدد مستخدمي إنستجرام في مصر بلغ (18.15) مليون مستخدم في بداية عام 2024، وذلك وفقًا لأدوات الإعلان الخاصة بشركة ميتا[98]، وجاء في المركز الثاني مدة الاستخدام من عامين إلى أقل من أربعة أعوام بنسبة (24.6٪)، ثم جاء منذ أقل من عامين في المركز الأخير بنسبة (13.1٪)، كما كشفت النتائج التفصيلية للجدول السابق عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في مدة استخدامهم لإنستجرام، إذ بلغت قيمة كا^2(1.737)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

6- نوع حسابات المراهقين على تطبيق إنستجرام:

جدول (10) قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين المراهقين بالمرحلة العمرية (المراهقة المتوسطة، المراهقة المتأخرة) في نوع حساباتهم على تطبيق إنستجرام

المرحلة العمرية / نوع الحساب	المراهقة المتوسطة		المراهقة المتأخرة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عام مفتوح للجميع	111	74.0	138	69.0	249	71.1
خاص	39	26.0	62	31.0	101	28.9
المجموع	150	100.0	200	100.0	350	100.0

درجة الحرية = 1 كا^2=1.044 مستوى الدلالة=0.307 غير دالة

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة (71.1٪) من المراهقين لديهم حساب عام مفتوح للجميع، ونسبة (28.9٪) منهم يمتلكون حسابًا خاصًا، ويمكن إرجاع حصول الحساب العام المفتوح للجميع على الترتيب الأول إلى أنه يتيح للمراهقين التفاعل مع أشكال عديدة ومختلفة من الحسابات، والتعامل مع مستخدمين جُدد، وجذب عديد من المتابعين، بما ينعكس على زيادة عدد المتابعين والإعجاب والتعليق ومشاركة المحتوى، كما كشفت النتائج التفصيلية للجدول السابق عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في نوع الحساب الذي يمتلكونه، فكلًا منهم

يمتلك حسابات مفتوحة وخاصة بغض النظر عن مرحلته العمرية، إذ بلغت قيمة كا^2(1.044)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

جدول (11) قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين نوع المراهقين (ذكور. إناث) في نوع حساباتهم على تطبيق إنستجرام

النوع / نوع الحساب	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عام مفتوح للجميع	130	87.2	119	59.2	249	71.1
خاص	19	12.8	82	40.8	101	28.9
المجموع	149	100.0	201	100.0	350	100.0

درجة الحرية = 1 كا^2=32.781 مستوى الدلالة=0.01 دالة

- كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في نوع الحساب الذي يمتلكونه، إذ بلغت قيمة كا^2 (32.781)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا الفرق لصالح الإناث في الحساب الخاص حيث جاءت نسبة الإناث (40.8٪) مقابل نسبة (12.8٪) للذكور، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الإناث المراهقات يفضلن الحفاظ على خصوصياتهن وانتقاء متابعيهن ومشاهدي حساباتهن، إضافة إلى أن الحساب الخاص يحميهن من التعليقات المحرجة والتنمر من قبل أشخاص لا يعرفونهن، أما وجود أشخاص يعرفونهن على حساباتهن فيشعرهن بالأمان والخصوصية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Ali , et al (2016)، التي أكدت أن الإناث يمتلكن حسابات خاصة أكثر من الذكور[99].

- وفي الإطار نفسه، أكدت الغالبية العظمى من المراهقات في جلسات المناقشة المركزة ما ظهر في نتائج الدراسة الميدانية، بأنهن يُفضلن أن تكون حساباتهن على إنستجرام خاصة فذكرن "عشان أقدر أختار مين إلى هيشوف صوري وفيديوهاتي ومين ميشوفش"، "أنا أصلا كان مشروط عليا في البيت من إخواتي إن عشان يكون عندي حساب على إنستجرام لازم يكون خاص"، "الحساب الخاص بيخليني أشعر بالراحة والأمان عشان عارفة مين إلى بيشوفني وده بيحميني من التعرض لمواقف محرجه في التعليقات من ناس معرفهمش".

7- عدد متابعى حسابات المراهقين على تطبيق إنستجرام:

جدول (12) قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين المراهقين بالمرحلة العمرية
(المراهقة المتوسطة. المراهقة المتأخرة) في عدد متابعى حساباتهم على تطبيق إنستجرام

المرحلة العمرية / عدد المتابعين	المراهقة المتوسطة		المراهقة المتأخرة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أكثر من 50 متابعاً	136	90.7	146	73.0	282	80.6
من 10 إلى 50 متابعاً	5	3.3	39	19.5	44	12.6
أقل من 10 متابعين	9	6.0	15	7.5	24	6.8
المجموع	150	100.0	200	100.0	350	100.0

درجة الحرية = 2 كا^2 =21.422 مستوى الدلالة =0.01 دالة

- يظهر الجدول السابق أن نسبة (80.6٪) من المراهقين لديهم أكثر من 50 متابعاً يتابعونهم على حساباتهم، ونسبة (12.6٪) منهم لديه من 10 إلى 50 متابعاً، ويأتي من لديهم أقل من 10 متابعين في المركز الأخير بنسبة بلغت (6.8٪)، وهذا يدل على أن بعض المراهقين يهتمون بتكوين علاقات واسعة مع الآخرين، فوجود عدد متابعين كبير يتيح لهم فرصة الاطلاع على كل جديد وممتع ومسلٍ، وجذب اهتمام المُعلنين للترويج لمنتجاتهم والاستفادة من متابعيهم، والبعض الآخر منهم يحب الخصوصية في التعامل مع الآخرين ويفضلون عدم مشاركة أخبارهم وتفاصيل حياتهم مع الغرباء؛ لذلك نجد أن عدد متابعيهم يكون قليلًا ومقتصراً على من يعرفونهم، وفي هذا الصدد قال أحد المراهقين المشاركين في جلسات النقاش المركزة "أنا بعتبر عدد المتابعين مقياس لشعبيتي وتأثيري على الآخرين وبزعل قوي لو العدد ده ما زادش كل فترة".

- وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في عدد متابعي حساباتهم، إذ بلغت قيمة كا^2(21.422)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا الفرق لصالح المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة في أكثر من 50 متابعاً باعتبارها حصلت على المركز الأول، إذ جاءت نسبة المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة (90.7٪) مقابل نسبة (73.0٪) للمراهقين بمرحلة المراهقة المتأخرة، ويدل ذلك على أن المراهقين

بمرحلة المراهقة المتوسطة لديهم أصدقاء وزملاء دراسة في المدرسة والدروس أكثر من طلاب الجامعة الذين قد يفقدون كثيراً من زملائهم في الدراسة الثانوية نتيجة ذهاب كل منهم إلى جامعات مختلفة، وبذلك فإن عديداً منهم يركز على أصدقاء وزملاء محددين لمتابعة حسابهم.

8- معدل تحديث المراهقين صورهم على ملفاتهم الشخصية بتطبيق إنستجرام:

جدول (13) قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين المراهقين بالمرحلة العمرية (المراهقة المتوسطة. المراهقة المتأخرة) في معدل تحديث صورهم على ملفاتهم الشخصية بتطبيق إنستجرام

المرحلة العمرية / معدل تحديث الصورة	المراهقة المتوسطة		المراهقة المتأخرة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
حسب الظروف	55	36.7	49	24.5	104	29.7
أسبوعياً	40	26.7	50	25.0	90	25.7
شهرياً	28	18.6	61	30.5	89	25.4
يومياً	27	18.0	40	20.0	67	19.2
المجموع	150	100.0	200	100.0	350	100.0

درجة الحرية = 3 كا^2 =9.262 مستوى الدلالة =0.05 دالة

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة (29.7٪) من المراهقين يحدثون صورهم على ملفاتهم الشخصية حسب ظروفهم، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن بعضهم يغير صورته إذا طرأ عليه حدث يجعله يضع صورة جديدة، كظهوره في إحدى المناسبات الخاصة بشكل جديد وجذاب، ويريد أن يراه الآخرون في هذا المكان، أو أنه يريد تغيير الصورة لزيادة التفاعل معها إذا كانت الصورة الجديدة جذابة ومثيرة، أو لأنه يشعر بالملل من الصورة القديمة، وكل هذه الأشياء تحدث على حسب ظروفهم، فالمناسبات الخاصة لا تحدث كل يوم، وجاء معدل التحديث الأسبوعي والشهري في المركز الثاني والثالث بفارق نسبي بسيط بنسب بلغت على الترتيب (25.7٪) و(25.4٪)، وأخيراً في المركز الرابع من يحدثونها يومياً بنسبة (19.2٪)، كما كشفت النتائج التفصيلية للجدول السابق عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في معدل تحديثهم لصورهم، إذ بلغت قيمة كا^2(9.2624)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند

مستوى دلالة (0.05)، وهذا الفرق لصالح المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة في حسب الظروف باعتبارها حصلت على المركز الأول، حيث جاءت نسبة المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة (36.7٪) مقابل نسبة (24.5٪) للمراهقين بمرحلة المراهقة المتأخرة، ويرجع ذلك لعدم وجود صور جديدة لديهم التقطوها في مناسبات حديثة لانشغالهم أكثر في المدرسة والدروس، لذا لا يهتمون بتحديث صورهم باستمرار إلا إذا سمحت لهم ظروفهم.

- وقد ذكر عدد كبير من المراهقين بجلسات النقاش المركزة أن تحديثهم لصورهم على تطبيق إنستجرام يكون على حسب ظروفهم، وفي هذا الصدد ذكرت إحدى المراهقات "انا مش بهتم كثير بتحديث الملف الشخصي بتاعي وإن أغير صورتي إلا إذا كان في شيء جديد حصلي يخليني أغيرها وأحدث من ملفي الشخصي"، وأضافت أخرى "لما أكون في فرح أو قاعدة مع أصحابي واتصورنا صور حلوة بقعد كل شويه أنزل صورة جديدة"، في حين ذكر أحد المراهقين "أنا تقريباً بغير صورة الملف بتاعي كل أسبوع وخاصة لو لابس طقم جديد أو بأكل في مطعم شيك أو واقف جنب عربيه حلوة أو موجود بمصيف".

9- عدد الحسابات التى يتابعها المراهقون على تطبيق إنستجرام:

جدول (14) قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين المراهقين بالمرحلة العمرية (المراهقة المتوسطة. المراهقة المتأخرة) في عدد الحسابات التي يتابعونها على تطبيق إنستجرام

المرحلة العمرية / عدد الحسابات	المراهقة المتوسطة		المراهقة المتأخرة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أكثر من 100 حساب	107	71.3	161	80.5	268	76.6
من 20 إلى 100 حساب	34	22.7	23	11.5	57	16.3
أقل من 20 حساباً	9	6.0	16	8.0	25	7.1
المجموع	150	100.0	200	100.0	350	100.0

درجة الحرية = 2 كا^2 =7.983 مستوى الدلالة =0.05 دالة

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من 100 حساب جاء في مقدمة عدد الحسابات التي يتابعها المراهقون بنسبة (76.6٪)، يليه في المركز الثاني من 20 إلى 100 حساب بنسبة بلغت (16.3٪)، ثم أقل من 20 حساباً في المركز الثالث والأخير

بنسبة بلغت (7.1٪)، ويمكن إرجاع ذلك إلى رغبة المراهقين في تصفح حسابات متنوعة تشبعهم وتلبي احتياجاتهم بالاطلاع على كل جديد وحديث لدى الآخرين، ومتابعة المنتجات والخدمات الجديدة، إضافة إلى أن بعضهم يفضل ذلك لزيادة عدد متابعيهم عن طريق مشاركة المحتوى، وتحقيق الشهرة، كما كشفت النتائج التفصيلية للجدول السابق عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في عدد الحسابات التي يتابعونها، إذ بلغت قيمة كا^2(7.983)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا الفرق لصالح المراهقين بمرحلة المراهقة المتأخرة في أكثر من 100 حساب باعتباره حصل على المركز الأول، حيث جاءت نسبة المراهقين بمرحلة المراهقة المتأخرة (80.5٪) مقابل نسبة (71.3٪) للمراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الشباب الجامعي بمرحلة المراهقة المتأخرة أكبر سنًا إضافة إلى أن خبرتهم واهتماماتهم أكبر، لذا فاستخدامهم لإنستجرام يكون لتصفح عديد من الحسابات بالمجالات التي تلبي اهتماماتهم، عكس طلاب الثانوية بمرحلة المراهقة المتوسطة الذي قد يقتصر استخدامهم على التسلية والترفيه وتكوين صداقات والدردشة مع الآخرين، لذا فمن الممكن أن يكون عدد الحسابات التي يتابعونها أقل من الشباب الجامعي.

10- أكثر الحسابات التى يفضل المراهقون متابعتها بتطبيق إنستجرام:

جدول (15) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب
لأكثر الحسابات التى يفضل المراهقون متابعتها بإنستجرام

الحسابات	الاستجابات				المجموع	الأهمية النسبية	الترتيب
	نعم		لا				
	ك	٪	ك	٪			
حسابات المشاهير والمؤثرين	349	99.7	1	0.3	350	99.9	1
حسابات الأهل والأصدقاء والزملاء	338	96.6	12	3.4	350	98.3	2
حسابات السفر والرحلات	332	94.9	18	5.1	350	97.4	3
حسابات المواقف الطريفة المضحكة	325	92.9	25	7.1	350	96.4	4
حسابات الموضة والأزياء	307	87.7	43	12.3	350	93.9	5
حسابات مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة	303	86.6	47	13.4	350	93.3	6
الحسابات الدينية	264	75.4	86	24.6	350	87.7	7
حسابات الأماكن السياحية والطبيعية	256	73.1	94	26.9	350	86.6	8
حسابات فنون الطهي والمطاعم	254	72.6	96	27.4	350	86.3	9
الحسابات التعليمية	253	72.3	97	27.7	350	86.1	10
حسابات التمارين الرياضية	234	66.9	116	33.1	350	83.4	11
الحسابات السياسية	204	58.3	146	41.7	350	79.1	12
الحسابات الاقتصادية	176	50.3	174	49.7	350	75.1	13

- أسفرت نتائج الجدول السابق عن أن حسابات المشاهير والمؤثرين جاءت في مقدمة الحسابات التي يفضل المراهقون متابعتها علي تطبيق إنستجرام بأهمية نسبية مقدارها (99.9 ٪)، يليها في الترتيب الثاني حسابات الأهل والأصدقاء والزملاء بأهمية نسبية مقدارها (98.3٪)، ثم حصلت حسابات السفر والرحلات على الترتيب الثالث بأهمية نسبية مقدارها (97.4٪)، وحصلت حسابات المواقف الطريفة المضحكة على الترتيب الرابع بأهمية نسبية مقدارها (96.4٪)، وفي الترتيب الخامس والسادس جاءت الحسابات الخاصة بالموضة والأزياء، ومستحضرات التجميل والعناية بالبشرة بفارق بسيط جدًا بينهما إذ بلغت الأهمية النسبية على الترتيب (93.9٪) و(93.3٪)، وجاءت

الحسابات السياسية والاقتصادية في الترتيبات الأخيرة بأهمية نسبية على الترتيب (79.1٪) و(75.1٪)، ويمكن إرجاع حصول حسابات المشاهير والمؤثرين والسفر والرحلات والمواقف المضحكة والأزياء والتجميل على المراتب الأولى إلى أن إنستجرام يُعدَّ تطبيقًا ترفيهيًا في المقام الأول، إضافة إلى طبيعة مرحلة المراهقة التي يسعى فيها المراهقون لإشباع احتياجاتهم وتلبية رغباتهم، فيجدون في مثل هذه الحسابات ما يريدون من محتوى ترفيهي ومُسلٍ، على عكس الحسابات الأخرى ذات المحتوى الجاد التي يهرب منها المراهقون في الحياة الواقعية، وهذا يؤكد حصول الحسابات السياسية والاقتصادية على المراتب الأخيرة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **عثمان فكري** (2022)، التي أثبتت أن صفحات المشاهير جاءت في مقدمة الصفحات التي يتابعها مستخدمو إنستجرام من الشباب بنسبة (91.7٪)[100]، وتتفق أيضًا مع دراسة **ميرال مصطفى** (2021) في حصول المنشورات الخاصة بالمشاهير على المركز الأول بنسبة (80.1٪)[101].

- وفي ذلك أفادت جلسات النقاش بتفضيل الغالبية العظمى من المراهقين لحسابات المشاهير والمؤثرين، وهذا يرجع لجاذبية المحتوى الذي يشمل صوراً وفيديوهات تلبي احتياجاتهم عكس المحتوى الجاد الممل بالنسبة لهم، فقد أجاب أحد المراهقين "أنا بلاقي في هذه الحسابات فرصة للهرب من ضغوط الدراسة والأسرة والبحث عن المتعة والابتعاد عن الأخبار والأحداث المزعجة"، كما أكدت مراهقة أخرى ذلك قائلة "بحب قوي أتابع حساب الممثلة هنا الزاهد لأن أنا معجبة بيها جدًا وبحب أشوف منشوراتها وأخر أخبارها وتعليقها على الأحداث وخاصة لما انفصلت عن أحمد فهمي والخلافات إلى ظهرت بعد كده بينهم كنت بتابعها باستمرار".

11- أهم العوامل التى تجذب المراهقين بالمنشورات التى يتصفحونها على تطبيق إنستجرام:

جدول (16) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب لأهم العوامل التى تجذب المراهقين بالمنشورات التى يتصفحونها على تطبيق إنستجرام

العوامل	الاستجابات				المجموع	الأهمية النسبية	الترتيب
	نعم		لا				
	ك	٪	ك	٪			
وضوح محتوى المنشور	339	96.9	11	3.1	350	98.4	1
شخصية مقدم المنشور وجاذبيته وأسلوبه	248	70.9	102	29.1	350	85.4	2
الاحترافية والتخصص في تصوير المنشور	244	69.7	106	30.3	350	84.9	3
ارتباط المنشورات بالحياة الواقعية	230	65.7	120	34.3	350	82.9	4

- كشفت نتائج الجدول السابق عن حصول وضوح محتوى المنشور على الترتيب الأول كأهم العوامل التي تجذب المراهقين بالمنشورات التي يتصفحونها، وذلك بأهمية نسبية مقدارها (98.4٪)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن وضوح المحتوى سوف يساعد المراهقين على فهمه بسرعة دون الحاجة إلى بذل جهد منهم لإزالة الغموض عنه، فهم ينجذبون أكثر إلى المحتوى البسيط المُسلي الذي لا يحتاج إلى وقت طويل لفهمه حتى لا يملوا من تصفحه، وجاء ارتباط المنشورات بالحياة الواقعية في الترتيب الرابع والأخير بأهمية نسبية مقدارها (82.9٪).

12- أكثر أشكال تفاعل المراهقين أثناء استخدامهم لتطبيق إنستجرام:

جدول (17) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب
لأكثر أشكال تفاعل المراهقين أثناء استخدامهم لتطبيق إنستجرام

أشكال التفاعل	الاستجابات				المجموع	الأهمية النسبية	الترتيب
	نعم		لا				
	ك	٪	ك	٪			
تصفح المنشورات ومشاهدتها	337	96.3	13	3.7	350	98.1	1
إبداء الإعجاب	325	92.9	25	7.1	350	96.4	2
نشر صور وفيديوهات خاصة بي على الحساب	316	90.3	34	9.7	350	95.1	3
استخدام القصة story Instagram	308	88.0	42	12.0	350	94.0	4
مشاركة المحتوى الذي يعجبني مع الآخرين	271	77.4	79	22.6	350	88.7	5
كتابة تعليق	228	65.1	122	34.9	350	82.6	6
استخدم الهاشتاج	227	64.9	123	35.1	350	82.4	7
الدردشة مع آخرين	197	56.3	153	43.7	350	78.1	8
الاحتفاظ بالمنشورات التي تعجبني على صفحتي	181	51.7	169	48.3	350	75.9	9
البث المباشر للفيديوهات live Instagram	131	37.4	219	62.6	350	68.7	10

- تظهر بيانات الجدول السابق أن تصفح المنشورات ومشاهدتها جاء في مقدمة أكثر أشكال تفاعل المراهقين أثناء استخدامهم لتطبيق إنستجرام بأهمية نسبية مقدارها (98.1٪)، يليه جاء الإعجاب في المركز الثاني بأهمية نسبية مقدارها (96.4٪)، ثم جاء في المركز الثالث نشر صور وفيديوهات خاصة بي على الحساب بأهمية نسبية مقدارها (95.1٪)، وفي المركز السادس كتابة تعليق بأهمية نسبية مقدارها (82.6٪)، وجاء البث المباشر للفيديوهات Instagram live في الترتيب العاشر والأخير بأهمية نسبية مقدارها (68.7٪)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **الجوهرة، هالة** (2024) حيث جاءت

المشاهدة كأحد أشكال التفاعل في المركز الأول بمتوسط قدره (4.66)، ثم الإعجاب بمتوسط قدره (4.04) [102]، ومع دراسة **عثمان فكري** (2022) التي أكدت حصول التفاعل عن طريق المشاهدة على المركز الأول بمتوسط قدرة (2.49)[103].

- ويمكن تفسير حصول كل أشكال التفاعل التي لا تحتاج إلى جهد من المراهق على الترتيبات الأولى إلى سهولتها، فهي لا تحتاج إلى جهد كبير مقارنة بالتعليق الذي يحتاج إلى جهد في الكتابة، وخاصة إذا كان المراهق لا يقدر على الكتابة بطريقة صحيحة، ولا يستطيع التعبير عما بداخله عن طريق الكلمات، وهذا قد يعرضه للإحراج أو التنمر من قبل الآخرين الذين يعلقون على المنشور نفسه.

- وفي هذا السياق، أكد بعض المراهقين بجلسات النقاش المركزة أنهم يتفاعلون عن طريق التصفح فقط، وهناك من يتفاعل عن طريق الإعجاب بالمنشور، وفي هذا الصدد ذكرت إحدى المراهقات "أنا لما بشوف بوست عجبني بضغط على الإعجاب وبحتفظ بيه عندي وساعات كتير بشاركه مع إخواتي وأصحابي"، في حين ذكر ثلاث مراهقين آخرين "أنهم في كتير من الأوقات بيحبوا مشاهدة البوستات بس مش بيرضوا يعلقوا عليها عشان مبيحبوش يكتبوا كتير"، وأكد المراهقون استخدامهم القصة لتوثيق ذكريات معينة لديهم، وذكر مراهق واحد فقط "أنا ساعات بعمل بث لفيديوهاتي على إنستجرام وخاصة لو في مناسبة معينه وعاوز متابعيني يشوفوها كمان"، وهناك من يسعى منهم للحصول على الإعجاب والتعليقات من قبل الآخرين على إنستجرام، لأن ذلك يشعرهم بتقديرهم لأنفسهم، فقد أجاب أحد المراهقين "لما بشوف أي بوست كنت منزله أخذ إعجاب كثير بفرح قوي وده بيشجعني أنزل تاني"، وقالت إحدى المراهقات "أنا لما بشوف أي صورة كنت منزلاها نزل عليها إعجاب ده بيخليني أفرح وأثق في نفسي"، وأجابت أخرى "أنا بتابع التطبيق باستمرار وبتحقق من الإشعارات عشان أشوف مين إلى تفاعل معايا ولو ملقتش حد تفاعل بالإعجاب أو التعليق ده بيخليني أتوتر وأزعل".

13- دوافع استخدام المراهقين (النفعية - الطقوسية) لتطبيق إنستجرام:

جدول (18) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب
لدوافع استخدام المراهقين (النفعية - الطقوسية) لإنستجرام

الدوافع	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
الدوافع النفعية								
متابعة كل جديد في أحداث وأخبار الآخرين	290	82.9	34	9.7	26	7.4	91.8	1
تبادل الآراء والصور والفيديوهات والدردشة مع الآخرين	252	72.0	89	25.4	9	2.6	89.8	2
البحث عن معلومات مفيدة أريدها في مختلف المجالات	222	63.4	112	32.0	16	4.6	86.3	3
اكتساب المهارات في المجالات المختلفة	245	70.0	64	18.3	41	11.7	86.1	4
الحصول على دعم الآخرين وبناء صداقات جديدة	197	56.3	135	38.6	18	5.1	83.7	5
البحث عن كل جديد في مجالات التسوق	202	57.7	94	26.9	54	15.4	80.8	6
الحصول علي أكبر عدد من المتابعين وتحقيق الشهرة	60	17.1	162	46.3	128	36.6	60.2	7
الدوافع الطقوسية								
التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ	338	96.6	12	3.4	0	0	98.9	1
متابعة حساب المشاهير والمؤثرين	283	80.9	67	19.1	0	0	93.6	2
استخدام الفلتر للتصوير	247	70.6	49	14.0	54	15.4	85.0	3
متابعة الإعلانات ومنتجاتها الجديدة	219	62.6	97	27.7	34	9.7	84.3	4
الهروب من مشكلات الحياة اليومية	167	47.7	134	38.3	49	14.0	77.9	5
الفضول وحب الاستطلاع لمعرفة المضامين التي يحتويها إنستجرام	133	38.0	123	35.1	94	26.9	70.4	6
تعودت على استخدام التطبيق يوميا لارتباطي بالموبايل	116	33.1	134	38.3	100	28.6	68.2	7

- كشفت نتائج الجدول السابق الخاص بدوافع استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام أن دافع "متابعة كل جديد في أحداث وأخبار الآخرين" جاء في مقدمة الدوافع النفعية بأهمية نسبية مقدارها (91.8٪)، يليه دافع "تبادل الآراء والصور والفيديوهات والدردشة مع الآخرين" في المركز الثاني بأهمية نسبية مقدارها (89.8٪)، وفي المركز السابع والأخير جاء دافع "الحصول علي أكبر عدد من المتابعين وتحقيق الشهرة" بأهمية نسبية مقدارها (60.2٪)، أما بالنسبة للدوافع الطقوسية فلقد جاء دافع "التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ" في المركز الأول بأهمية نسبية مقدارها (98.9٪)، يليه دافع "متابعة حساب المشاهير والمؤثرين" في المركز الثاني بأهمية نسبية مقدارها (93.6٪)، وفي المركز الثالث دافع "استخدام الفلتر للتصوير" بأهمية نسبية مقدارها (85.0٪)، وجاء دافع "تعودت على استخدام التطبيق يومياً لارتباطي بالموبايل" في المركز الأخير بأهمية نسبية مقدارها (68.2٪)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **الجوهرة، هالة** (2024) حيث جاء دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ في الترتيب الأول بمتوسط قدره (4.47)[104]، وكذلك دراسة **صفا عثمان** (2021)، حيث حصل دافع التسلية والترفيه على متوسط قدره (94.5)[105].

- وتتفق هذه النتيجة مع الجدول الخاص بالحسابات التي يفضل المراهقون متابعتها، فكلاهما يؤكد أن إنستجرام تطبيق ترفيهي في المقام الأول، فأكثر الحسابات التي يفضلها المراهقون ترفيهية، وأكبر دوافع الاستخدام حصولًا على أعلى أهمية نسبية هي الدوافع الطقوسية حيث جاء دافع التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ في مقدمة دوافع استخدام المراهقين للتطبيق.

- وأوضحت نتائج التحليل الكيفي الخاصة بجلسات النقاش المركزة أن معظم المراهقين يفضلون في المقام الأول الدوافع الطقوسية، فلقد أفاد معظم المشاركين بأنهم يستخدمون تطبيق إنستجرام في الأساس بهدف الترفيه والتسلية، وفي هذا الإطار ذكر المراهقون أنهم يستخدمون التطبيق للدوافع الآتية "لمتابعة حساب المشاهير والمؤثرين لأني بيبقي عندي فضول أعرف أخر أخبارهم"، "عشان أسلي نفسي وأضيع وقت"، "فلاتر التطبيق حلوة قوي بستخدمها في التصوير وبتخلي شكلي جميل"، وهناك من ذكر "كتير بستخدم

إنستجرام في الدردشة مع أصحابي وزملائي"، "بحب أتابع حساب الآخرين إلى بينشروا صورهم ومنازلهم وسياراتهم والدول إلى بيسافروا ليها وكمان بتابع الإعلانات إلى بيروج ليها المشاهير"، في حين عبر ثلاثة فقط عن أنهم يستخدمون التطبيق بدافع "أن يكون عندهم متابعين كتير"، بينما أكد آخرون "وأنا بدردش مع أصحابي ببعت لهم الصور والفيديوهات إلى بتعجبي"، "كتير بتعلم منه حاجات أعملها في البيت".

14-المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام:

جدول (19) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب
للمقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام المراهقين لإنستجرام

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
أقارن حياتي بحياة الآخرين الذين يعرضون صوراً وفيديوهات لمنازلهم وسياراتهم وملابسهم وأجهزتهم الذكية على إنستجرام	223	63.7	102	29.2	25	7.1	85.5	1
تُذكرني منشورات إنستجرام بأنني لست سعيداً في حياتي مثل الآخرين	208	59.4	124	35.4	18	5.2	84.8	2
عندما أتصفح إنستجرام أفضل أن أقارن نفسي بأشخاص يعيشون حياة أفضل من حياتي	237	67.7	63	18.0	50	14.3	84.5	3
دفعتني المنشورات على إنستجرام للشعور بعدم الرضا عن حياتي وقلّلت تقديري لذاتي	169	48.3	134	38.3	47	13.4	78.3	4
أشعر بثقة أقل عندما أتصفح إنستجرام بشأن ما حققته من إنجازات شخصية مقارنة بالآخرين الذين أتابعهم	169	48.3	120	34.3	61	17.4	77.0	5
أبذل وقتًا طويلًا في تعديل صوري لتبدوا أفضل قَبل نشرها على حسابي	134	38.3	147	42.0	69	19.7	72.9	6
من المهم أن يكون لدي عديد من المتابعين في حسابي، وأن تتلقى منشوراتي الإعجاب والتعليق من الآخرين	98	28.0	134	38.3	118	33.7	64.8	7
أفضل أن أقارن نفسي بأشخاص على إنستجرام يعيشون حياة أسوأ من حياتي	1	0.3	79	22.6	270	77.1	41.0	8
الأهمية النسبية لمتوسط المقارنة الاجتماعية ككل	73.7							

- توضح نتائج الجدول السابق أن الأهمية النسبية لمتوسط المقارنة الاجتماعية ككل بلغت (73.7٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من المقارنة الاجتماعية، وجاءت عبارة "أقارن حياتي بحياة الآخرين الذين يعرضون صوراً وفيديوهات لمنازلهم وسياراتهم وملابسهم وأجهزتهم الذكية علي إنستجرام" في مقدمة عبارات المقارنة الاجتماعية بأهمية نسبية مقدارها(85.5٪)، يليها عبارة "تُذكرني منشورات إنستجرام بأنني لست سعيداً في حياتي مثل الآخرين" في الترتيب الثاني بأهمية نسبية مقدارها (84.8٪)، ثم جاءت عبارة "عندما أتصفح إنستجرام أفضل أن أقارن نفسي بأشخاص يعيشون حياة أفضل من حياتي" في الترتيب الثالث بفارق طفيف جداً وذلك بأهمية نسبية مقدارها (84.5 ٪)، وجاءت عبارة "من المهم أن يكون لدي عديد من المتابعين في حسابي، وأن تتلقى منشوراتي الإعجاب والتعليق من الآخرين" في الترتيب السابع بأهمية نسبية مقدارها (64.8٪)، لتؤكد نتيجة الجدول السابق حيث جاء دافع الحصول على أكبر عدد من المتابعين وتحقيق الشهرة في الترتيب الأخير لدوافع الاستخدام النفعية، وجاءت عبارة "أفضل أن أقارن نفسي بأشخاص علي إنستجرام يعيشون حياة أسوأ من حياتي" في الترتيب الأخير بأهمية نسبية مقدارها (41.0٪)، وهذا يشير إلى أن المراهقين يميلون لإجراء مقارنات تصاعدية بمن هم أفضل حالًا منهم ولا يفضلون إجراء مقارنات تنازلية بمقارنة أنفسهم بمن هم أسوأ حالًا منهم، وهذا يؤكد أن المقارنات التي تحدث على إنستجرام تصاعدية وليست تنازلية، وهذا يرجع إلى أن المستخدمين يقدمون على حساباتهم صوراً وفيديوهات مثالية عن الحياة غالباً ما تكون غير واقعية، وهذا يخلق لدى المراهقين انطباعاً غير حقيقي عن حياة الآخرين، مما يجعلهم يشعرون بأن الآخرين أحسن حالًا منهم، وهذا يتيح مجالًا أكبر لإجراء المقارنات التصاعدية التي تؤثر سلبياً عليهم، فيشعرون أنهم ليسوا سعداء في حياتهم مثل الآخرين على إنستجرام، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **صفا إبراهيم** (2021)، التي أثبتت أن الشباب يميل إلى إجراء مقارنات تصاعدية بمن هم أفضل منهم، ولا يفضلون مقارنة أنفسهم بمن هم أسوأ منهم، وأن مستوى المقارنة الاجتماعية لديهم كان متوسطًا وذلك بنسبة (57.7٪)[106].

- وقد أظهر المراهقون في جلسات النقاش المركزة أن استخدامهم لتطبيق إنستجرام يجعلهم يقارنون أنفسهم بالآخرين بدرجة كبيرة، فالمحتوى الذي يعرض صوراً مثالية لحياة الآخرين على إنستجرام يؤثر بشكل سلبي في نظرتهم لأنفسهم، وهذا يرجع إلى تركيز الصور والفيديوهات على ثروة الآخرين وممتلكاتهم ومظاهرهم الخارجية، مما يزيد من المقارنات الاجتماعية لديهم ، وفي هذا الإطار أجابت إحدى المراهقات بجلسات النقاش المركزة "أنا لما بشوف منشورات المشاهير والمؤثرين والغرباء كتير بقارن نفسي بهم وبقول ليه ما يبقاش عندي زيهم وده بيخليني مش راضية عن حياتي ومظهري"، وأكد آخر "أنا لما بشوف النجاح والشعبية إلى عند بعض المؤثرين بقول هما كانوا فين وبقوا فين وببقي نِفسي أكون زيهم"، وأضافت أخرى "أنا بقي بحقد وبحسد الناس دي لأنهم مَبيِراعوش مشاعر الناس إلى معندهاش زيهم ده كتير منهم بيجبلي اكتئاب"، في حين ذكرت أخرى "بحس إننا في مسابقة كل واحد بيحاول يظهر كل الحلو إلى عنده وبيمتلكه عشان يتفاخر بيه في صوره وفيديوهاته قدام الناس"، وقالت أخرى "أنا قبل ما أنزل صورة ليا بحاول أختار أحسن الصور عندي وبأخد رأي أصحابي قبل ما أنزلها عشان محدش يعلق على شكلي لما تِنّزل".

15- أبعاد التمرد النفسى الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام:

1- بعد التمرد الأسري:

جدول (20) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب
لبعد التمرد الأسري الناتج عن استخدام المراهقين لإنستجرام

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
أرفض محاولات والدي لإقناعي بفكرة ما وإجباري على تغيير قراراتي بعد تعرضي لمنشورات إنستجرام	193	55.1	99	28.3	58	16.6	79.5	1
أحاول استخدام كل الوسائل للحصول على مطالبي المرفوضة من قبل أسرتي بعد التعرض لمنشورات إنستجرام	190	54.3	77	22.0	83	23.7	76.9	2
أكره الضوابط المتبعة داخل أسرتي، التي لا تتوافق مع ما أشاهده على إنستجرام	168	48.0	120	34.3	62	17.7	76.8	3
أرفض أحيانًا القيام بالأعمال التي تُطلب مني إذا لم تتحقق مطالبي بشراء بعض الأشياء مثل التي أراها بمنشورات إنستجرام	147	42.0	121	34.6	82	23.4	72.9	4
أنتقد أُسرتي باستمرار لعدم قدرتها على تَلبية احتياجاتي	126	36.0	136	38.9	88	25.1	70.3	5
استمر في ممارسة هواياتي بالرغم من اعتراض أسرتي عليها	108	30.9	104	29.7	138	39.4	63.8	6
الأهمية النسبية لمتوسط التمرد الأسري ككل	73.3							

- تشير نتائج الجدول السابق أن الأهمية النسبية لمتوسط التمرد الأسري ككل بلغت (73.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من التمرد الأسري، فنجد أن عبارة "أرفض محاولات والدي لإقناعي بفكرة ما وإجباري على تغيير قراراتي بعد تعرضي لمنشورات إنستجرام" جاءت في مقدمة عبارات التمرد الأسري بأهمية نسبية مقدارها (79.5٪)، ويرجع ذلك إلى الصراع بين رغبة المراهقين في

الاستقلال واتخاذ قراراتهم بأنفسهم وضغوط الوالدين عليهم، وهذا ناتج عن تأثير محتوى المنشورات عليهم، مما يجعلهم يتمسكون بأفكارهم وقراراتهم حتى لو كانت مخالفة لقرارات الوالدين، يليها عبارة "أحاول استخدام كل الوسائل للحصول علي مطالبي المرفوضة من قبل أسرتي بعد التعرض لمنشورات إنستجرام" في الترتيب الثاني بأهمية نسبية مقدارها (76.9٪)، وهذا يشير أيضًا إلى أن تعرضهم للصور والفيديوهات المثالية على التطبيق يخلق لديهم الرغبة في تحقيق مطالبهم بأي وسيلة ممكنة، ويؤكد هذا حصول عبارة "أكره الضوابط المتبعة داخل أسرتي التي لا تتوافق مع ما أشاهده على إنستجرام" على الترتيب الثالث في بأهمية نسبية مقدارها (76.8٪).

2- بُعد التمرد المجتمعى:

جدول (21) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب لبُعد التمرد المجتمعى الناتج عن استخدام المراهقين لإنستجرام

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
لا بُدَّ أن تتغير عادات المجتمع وتقاليده تبعًا للتطور والانفتاح الذي أشاهده على إنستجرام	257	73.4	77	22.0	16	4.6	89.6	1
أنتقد كثيرًا من الأعراف في مجتمعي، التي لا تجعلني أعيش حياتي مثل الآخرين على إنستجرام	213	60.9	99	28.3	38	10.8	83.3	2
أنا عنيد في آرائي وأسلوبي في الحوار، وأتجاهل غالبًا نصائح الآخرين، ويظهر ذلك في تعليقاتي على منشورات إنستجرام	193	55.1	128	36.6	29	8.3	82.3	3
أشعر بالسعادة عندما أرى الآخرين يعارضون قيم المجتمع وعاداته، ويرفضون نمط الحياة التي يعيشونها مثلي	144	41.1	102	29.2	104	29.7	70.5	4

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
أشجع أقاربي وأصدقائي على عدم عمل شيء غير مقتنعين به، والتمسك بآرائهم ومخالفة الأنظمة	99	28.3	142	40.6	109	31.1	65.7	5
أحرض الآخرين أثناء دردشتي على إنستجرام لتغيير الوضع العام المحيط بهم	138	39.4	64	18.3	148	42.3	65.7	5 مكرر
الأهمية النسبية لمتوسط التمرد المجتمعي ككل	80.3							

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن الأهمية النسبية لمتوسط التمرد المجتمعي ككل بلغت (80.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من التمرد المجتمعي، فنجد أن عبارة "لا بُدَّ أن تتغير عادات المجتمع وتقاليده تبعاً للتطور والانفتاح الذي أشاهده على إنستجرام" جاءت في الترتيب الأول بأهمية نسبية مقدارها (89.6٪)، وجاءت عبارة "أنتقد كثيراً من الأعراف في مجتمعي التي لا تجعلني أعيش حياتي مثل الآخرين على إنستجرام " في الترتيب الثاني بأهمية نسبية مقدارها (83.3٪)، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن تعرض المراهقين الدائم لنماذج الحياة المختلفة التي يقدمها الآخرون على حساباتهم بإنستجرام، واطلاعهم على ثقافات متعددة يجعلهم يرون أن عادات وتقاليد مجتمعهم مقيدة وغير مواكبة للحياة التي يشاهدونها في صور وفيديوهات الآخرين، وهذا يزيد من رغبتهم في انتقاد العادات والتقاليد القديمة التي لا تتماشى مع ما يتصفحونه على إنستجرام، وتجربة كل جديد يشاهدونه لعيش حياة الترف مثل الآخرين.

3- بُعد التمرد الدراسى:

جدول (22) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب
لبعد التمرد الدراسى الناتج عن استخدام المراهقين لإنستجرام

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
أميل لعدم فعل أي عمل أكاديمي يطلب مني	151	43.1	143	40.9	56	16.0	75.7	1
أرتدي الملابس التي أرغب فيها دون مراعاة اللوائح الدراسية تقليداً لما أشاهده على إنستجرام	180	51.4	81	23.2	89	25.4	75.3	2
أشعر بأن القوانين والأنظمة الدراسية لا تلائمني	157	44.9	123	35.1	70	20.0	75	3
أرفض الاستماع إلى نصائح أساتذتي بتغيير نمط حياتي الخاطئ	136	38.9	129	36.9	85	24.2	71.5	4
أشعر أن الدراسة لن تفيدني في تحقيق الشهرة وكسب الأموال مثل المؤثرين على إنستجرام، لذلك لا أرغب في دراسة بعض المقررات	162	46.3	56	16.0	132	37.7	69.5	5
أحرض زملائي على الخروج عن اللوائح والأنظمة الدراسية	74	21.1	210	60.0	66	18.9	67.4	6
الأهمية النسبية لمتوسط التمرد الدراسى ككل	72.3							

- أسفرت نتائج الجدول السابق أن الأهمية النسبية لمتوسط التمرد الدراسي ككل بلغت (72.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من التمرد الدراسي، فنجد أن عبارة "أميل لعدم فعل أي عمل أكاديمي يطلب مني" حصلت على الترتيب الأول بأهمية نسبية مقدارها (75.7٪)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء المقارنات الاجتماعية الصاعدة التي يجريها المراهقون بعد تصفحهم لحسابات المشاهير

والمؤثرين، وخاصة أن محتوى منشوراتهم يركز على جوانب الحياة الترفيهية والسهلة وغير الواقعية التي تصور لهم أن التفوق الدراسي لن يُحقق لهم العائد المادي الذي يتمنونه لتحقيق السعادة، فعلى الرغم من أن كثيرًا من المشاهير والمؤثرين لا يملكون مؤهلات دراسية عالية إلا أنهم يحققون عائدًا ماديًا أكثر بكثير من الذي يحققه أصحاب المؤهلات الجامعية، وقد يشعرهم ذلك بعدم الرغبة في فعل أي عمل أكاديمي يطلب منهم بشكل جاد، وخاصة عندما يشاهدون صورًا وفيديوهات الآخرين الأكثر ثراء وشهرة دون بذل أي جهد دراسي، وجاء في الترتيب الثاني عبارة "أرتدي الملابس التي أرغب فيها دون مراعاة اللوائح الدراسية تقليدًا لما أشاهده على إنستجرام" بأهمية نسبية مقدارها (75.3٪)، ويرجع ذلك إلى ما تتميز به فترة المراهقة من تغيرات وانفعالات جديدة تظهر على المراهقين فنجدهم يقلدون ما يشاهدون بصور وفيديوهات المشاهير والمؤثرين عن طريق ارتداء الملابس والماركات نفسها، فقد يَعتبر المراهقون أن ارتداء الملابس المخالفة للقواعد الدراسية وسيلة للتعبير عن تمردهم الدراسي ورغبتهم في إظهار شخصيتهم المستقلة.

- وقد أبدى المشاركون بجلسات النقاش المركزة، وخاصة بمرحلة المراهقة المتوسطة بالثانوية، أنهم في كثير من الأوقات عندما يريدون أشياء معينة كالتي يشاهدونها بصور وفيديوهات الآخرين على إنستجرام، قد يجدون رفض من قبل الأسرة بسبب عدم توافر المال، أو لأن هذه المتطلبات لا تتماشى مع عاداتهم وتقاليدهم، وهذا قد يجعلهم يتمردون أحيانًا على قرارات الأسرة وعلى المجتمع الذي يُلزمهم باتباع تلك التقاليد، وبهذا الصدد أجابت إحدى المراهقات "أنا في يوم كُنت عاوزه أشتري موبايل جديد فيه إمكانيات عاليه شوية عن إلى معايا كنت شيفاه مع حد متصور به ومِنزله على الإستوري بتاعته ففضلت أزن على بابا وماما عاوزه اشتري ذيه وفضلت زعلانه وما سمعتش الكلام ولا بذاكر كويس لغاية ما جابوا ليا واحد زيه "، وفي المقابل أجابت مراهقة أخرى "أنا طلبت مره من بابا نسافر لمكان معين كنت شايفاه في بوست وعجبتني قوي بس هما رفضوا ولما عملت زيك كده محدش عَبرني ولا سأل عليا وبعدين صرفت نظر وخلاص بس كنت متضايقة جدًا"، وأجاب أحد المراهقين "أنا شايف إن الدراسة مش هتحققلي إلى بتمناه وشايف إن

ممكن أحقق كل إلى بتمناه وأكسب فلوس كتير لو بقيت من المؤثرين وليا محتوى لأني شايف ناس كتير بقت غَنية بسبب فيديوهاتها على إنستجرام وساعتها مش هأحتاج لحد عشان أشتري إلى عاوزه"، وذكرت إحدى المراهقات "موضوع إن لا ألبس نفس استايل الفساتين إلى بتلبسها البنات في الصور عشان ده مش مناسب لمجتعنا ساعات بيضيقني لأن هي دي الموضه طيب ما هما برده من نفس مجتمعنا"، وذكرت أخرى "مش مفروض إننا نعارض كلام الأكبر مننا ونحاول نتفاهم معاهم عشان نوصل لحل يرضي الكل".

جدول (23) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية والترتيب والمستوى لأبعاد التمرد النفسي الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام

الأبعاد	المتوسط	الانحراف المعيارى	الأهمية النسبية للمتوسط	الترتيب	المستوي
التمرد المجتمعي	2.41	0.565	80.3	1	مرتفع
التمرد الأسري	2.20	0.690	73.3	2	متوسط
التمرد الدراسي	2.17	0.598	72.3	3	متوسط
الدرجة الكلية للتمرد النفسى	2.26	0.589	75.3	-	متوسط

- توضح نتائج الجدول السابق حصول بُعد التمرد المجتمعي على الترتيب الأول بأهمية نسبية مقدارها (80.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من التمرد المجتمعي، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن كثيراً من الأسر المصرية ما زالت متمسكة بالقيم والعادات التقليدية للمجتمع الذي نعيش فيه، وتفرض ذلك على أبنائها، وهذا عكس ما يشاهدونه بتطبيق إنستجرام من صور وفيديوهات تُناقد هذه العادات والتقاليد؛ فيشعرون بحالة من عدم الرضا والرفض لبعض القيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية السائدة بالمجتمع، نتيجة عدم التكيف معها، وهذا يدفعهم للتمرد على المجتمع ثم التمرد على قرارات وضوابط الأسرة، واللوائح والأنظمة الدراسية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **فايز خضر** (2012)، التي أثبتت أن التمرد على المجتمع حصل على المركز الأول بنسبة (52.8٪)[107].

- وتكشف نتائج الجدول السابق أيضاً أن الأهمية النسبية لمتوسط التمرد النفسي ككل بلغت (75.3٪)، وهي قيمة تدل على أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط

من التمرد النفسي، وهذا يشير إلى أنه على الرغم من أن المراهقين يتمردون ويرفضون محاولات الوالدين لإقناعهم بأفكار معينة، وينتقدون كثيراً من الأعراف والتقاليد في المجتمع التي لا تجعلهم يعيشون حياة مثل الآخرين علي إنستجرام، ويشعرون بأن الدراسة لن تفيدهم في تحقيق الشهرة مثل المؤثرين، إلا أن التمرد النفسي الناتج عن استخدامهم لإنستجرام ليس شديداً أو متطرفاً بل يظهر لديهم بشكل معتدل.

16- أبعاد التطلعات المادية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام:

1- بعد النجاح المادي:

جدول (24) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب لبعد النجاح المادي الناتج عن استخدام المراهقين لإنستجرام

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
أعجب بالأشخاص الذين يمتلكون المنازل والسيارات باهظة الثمن، ويرتدون الملابس الفاخرة، ويسافرون إلى الأماكن الخلابة	285	81.4	64	18.3	1	0.3	93.7	1
أهم الإنجازات في الحياة امتلاك الممتلكات المادية كالآخرين	211	60.3	77	22.0	62	17.7	80.9	2
أعتبر الممتلكات المادية التي يمتلكها الآخرون مقياساً للنجاح	203	58.0	87	24.9	60	17.1	80.3	3
أهتم كثيراً بالأشياء المادية التي يمتلكها الآخرون	174	49.7	114	32.6	62	17.7	77.3	4
أحب امتلاك الأشياء التي تثير إعجاب الناس	181	51.7	96	27.4	73	20.9	77	5
الأشياء التي أمتلكها تعبر عن مدى نجاحي في الحياة	190	54.3	41	11.7	119	34.0	73.4	6
الأهمية النسبية لمتوسط النجاح المادي ككل	80.3							

- توضح نتائج الجدول السابق أن الأهمية النسبية لمتوسط النجاح المادي ككل بلغت (80.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من النجاح المادي، إذ جاءت عبارة "أعجب بالأشخاص الذين يمتلكون المنازل والسيارات باهظة الثمن، ويرتدون الملابس الفاخرة، ويسافرون إلى الأماكن الخلابة" في الترتيب الأول بأهمية نسبية مقدارها (93.7٪)، يليها عبارة "أهم الإنجازات في الحياة امتلاك الممتلكات المادية كالآخرين" في الترتيب الثاني بأهمية نسبية مقدارها (80.9٪)، وتعكس هذه النتيجة سَعي المراهقين لتحقيق النجاح المادي بسبب تركيز محتوى التطبيق على القيم المادية، وهذا يدفعهم إلى الاهتمام والإعجاب بكل ما يمتلكه الآخرون، والرغبة في امتلاك الممتلكات المادية، لأنهم يعتقدون أن امتلاكها هو مقياس النجاح في الحياة.

2- بُعد المركزية المادية:

جدول (25) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب لبُعد المركزية المادية الناتجة عن استخدام المراهقين لإنستجرام

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
أحب أن تكون حياتي مليئة بالترف	293	83.7	57	16.3	0	0	94.6	1
الأشياء التي أمتلكها كلها مهمة لي	283	80.9	67	19.1	0	0	93.6	2
شراء الأشياء يمنحني كثيرًا من المتعة	273	78.0	62	17.7	15	4.3	91.2	3
أستمتع بإنفاق المال على إعلانات الأشياء التي أشاهدها بالمنشورات	209	59.7	107	30.6	34	9.7	83.3	4
من المهم أن أمتلك أشياء باهظة الثمن	214	61.1	69	19.7	67	19.2	80.7	5
عادة ما أشتري الأشياء التي أحتاج إليها فقط	68	19.4	62	17.7	220	62.9	52.2	6
الأهمية النسبية لمتوسط المركزية المادية ككل	82.7							

- كشفت نتائج الجدول السابق عن أن الأهمية النسبية لمتوسط المركزية المادية ككل بلغت (82.7٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من المركزية المادية، وجاءت عبارة "أحب أن تكون حياتي مليئة بالترف" في المقدمة بأهمية

نسبية مقدارها (94.6٪)، يليها عبارة "الأشياء التي أمتلكها كلها مهمة لي" وذلك بأهمية نسبية مقدارها (93.6٪)، فمشاهدة المراهق لمحتوى الصور والفيديوهات تجعله يعيش في حلم جميل يسعى وراءه لتحقيق الرفاهية، وهذا يجعله يُبدي اهتماماً كبيراً بامتلاك الممتلكات، مما يزيد من تطلعاته المادية لتحقيق هذا الحلم، وخاصة أن من يتابعهم من المؤثرين يصورون له أن تحقيق ذلك الحلم سهل ولا يحتاج منه إلى جهد كبير.

3- بُعد السعادة المادية:

جدول (26) التكرار والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب لبُعد السعادة المادية الناتجة عن استخدام المراهقين لإنستجرام

العبارات	البدائل						الأهمية النسبية	الترتيب
	موافق		محايد		معارض			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
سأكون أكثر سعادة إذا تمكنت من شراء مزيدًا من الأشياء	207	59.1	134	38.3	9	2.6	85.5	1
ليس لدي كل الأشياء التي أحتاج إليها حقًا للاستمتاع بالحياة	234	66.8	79	22.6	37	10.6	85.4	2
أحب أن أكون غنيًا لأن المال يشتري السعادة	217	62.0	108	30.9	25	7.1	85.0	3
ستكون حياتي أفضل إذا امتلكت أشياء معينة لا أملكها الآن	224	64.0	88	25.1	38	10.9	84.4	4
أرى أن سبب سعادة الآخرين على إنستجرام أنهم يمتلكون أشياء كثيرة	194	55.4	124	35.4	32	9.2	82.1	5
يزعجني أحيانًا أنني لا أستطيع شراء كل الأشياء التي أريدها	164	46.9	143	40.8	43	12.3	78.2	6
الأهمية النسبية لمتوسط السعادة المادية ككل	83.3							

- أظهرت نتائج الجدول السابق أن الأهمية النسبية لمتوسط السعادة المادية ككل بلغت (83.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من السعادة المادية، إذ جاءت المراتب الثلاثة الأولى متقاربة من بعضها بفوارق طفيفة، فجاءت عبارة "سأكون أكثر سعادة إذا تمكنت من شراء مزيدًا من الأشياء" في الترتيب الأول بأهمية نسبية مقدارها (85.5٪)، يليها في الترتيب الثاني وبفارق نسبي ضفيف

جدًا عبارة "ليس لدي كل الأشياء التي أحتاج إليها حقًا للاستمتاع بالحياة" بأهمية نسبية مقدارها (85.4٪)، ثم عبارة "أحب أن أكون غنيًا لأن المال يشتري السعادة" بأهمية نسبية مقدارها (85.0٪)، وهذا يؤكد تأثر المراهقين بمنشورات الآخرين وسيطرتها على تفكيرهم، فهم يعتقدون أنهم سيكونون أكثر سعادة بامتلاك الأموال التي تمكنهم من امتلاك مزيد من الأشياء، وأن عدم قدرتهم على امتلاكها سوف يؤثر في استمتاعهم بالحياة.

- كما جاءت نتائج جلسات النقاش المركزة مؤكدة أن المراهقين بمرحلتي المراهقة المتوسطة والمتأخرة يَرون أن تطبيق إنستجرام يساعد على زيادة مستوى المادية لديهم، وفي ذلك أفادت الجلسات بأن إنستجرام يعرض صوراً وفيديوهات مثالية للأشخاص تركز على القيم المادية، وهذا يدفع المراهقين إلى مقارنة أنفسهم بالآخرين، وخاصة الأفضل منهم حالًا، فيتمنون أن يمتلكوا الأشياء التي يمتلكونها لتحقيق السعادة والنجاح والقبول الاجتماعي بالمجتمع، وهذا ينطبق أيضًا على الإعلانات التي تظهر بالمنشورات عن المنتجات الكثيرة التي يرغب المراهقون في شرائها؛ كل ذلك يقودهم نحو التطلع المادي، وفي هذا السياق قالت إحدى المراهقات "أنا ساعات كثير ببقى عايزه أشتري حاجات كتير من إلى بشوفها بالمنشورات"، وذكر أحد المراهقين "أنا شايف إن الفلوس مهمة جدًا لأنها بتحقق كل إلى بيتمناه الواحد وأنا مش أقل من الناس إلى بشوفها على التطبيق كتير منهم كانوا عاديين بس لما بدأوا يصنعوا محتوى اتشهروا وبقي معاهم فلوس"، وذكرت إحدى المراهقات "ساعات بفكر أعمل محتوى خاص بيا عشان يبقي عندي معجبين ومتابعين وأكسب فلوس كتير بس أبويا وأمي وإخواتي رافضين الموضوع ده وحاولت أقنعهم وأقول لهم عشان أتحمل مسؤولية نفسي بس رفضوا برضه"، وفي المقابل أجاب أحد المراهقين "أنا بقي معنديش مشكله عملت حساب ليا وبنشر محتوى خاص بيا وعندي متابعين بس لسا موصلتش للشهرة والنجاح إلى محققه الآخرين علي إنستجرام"، وذكرت إحدى المراهقات "بفرح قوي لو اشتريت منتجات ماركة من إلى بشوفها في إعلانات التطبيق وبقعد أوريها لأصحابي".

جدول (27) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية والترتيب والمستوى لأبعاد التطلعات المادية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام

الأبعاد	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية للمتوسط	الترتيب	المستوى
السعادة المادية	2.50	0.502	83.3	1	مرتفع
المركزية المادية	2.48	0.345	82.7	2	مرتفع
النجاح المادي	2.41	0.661	80.3	3	مرتفع
الدرجة الكلية للتطلعات المادية	2.46	0.478	82.0	-	مرتفع

- توضح نتائج الجدول السابق حصول بُعد السعادة المادية على الترتيب الأول بأهمية نسبية مقدارها (83.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من السعادة المادية، ثم جاء بُعد المركزية المادية في الترتيب الثاني بأهمية نسبية مقدارها (82.7٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من المركزية المادية، يليه بُعد النجاح المادي في الترتيب الثالث بأهمية نسبية مقدارها (80.3٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من النجاح المادي، ويمكن تفسير حصول بُعد السعادة المادية على الترتيب الأول إلى اعتقاد المراهقين أن امتلاك الممتلكات وشراء أي شيء يريدونه سيجلب لهم السعادة، بمعنى أنه كلما زاد حجم ما يمتلكونه من أموال وممتلكات زادت سعادتهم، ويُعزز هذا الاعتقاد أن معظم الصور والفيديوهات التي يتم نشرها تركز على القيم المادية ومدى السعادة والفرح الذي يعيشه أصحاب هذه الصور التي لا تعكس في الأغلب الواقع الحقيقي لهم، مما يؤدي إلى زيادة التطلعات المادية لدى المراهقين لتحقيق السعادة المصطنعة والاستمتاع بالحياة.

- ويتضح من نتائج الجدول السابق أيضًا أن الأهمية النسبية لمتوسط التطلعات المادية ككل بلغت (82.0٪)، وهي قيمة تشير إلى أن المراهقين عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من التطلعات المادية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تباهي كثير من مستخدمي تطبيق إنستجرام من المشاهير والمؤثرين وبعض الأقارب والأصدقاء والزملاء بممتلكاتهم في الصور والفيديوهات، وهذا يخلق لدى المراهقين الرغبة في امتلاك مثل هذه الممتلكات، وشراء المنتجات التي يتم الإعلان عنها، مما يرفع من مستوى التطلعات المادية

لديهم، وتعتبر هذه نتيجة منطقية في ظل المقارنات الاجتماعية التي يجرونها مع الآخرين بعد مشاهدة منشوراتهم المثالية وغير الواقعية للحياة في كثير من الأحيان، التي تجعلهم يعتقدون أن المال يشتري السعادة، وأن سبب سعادة الآخرين على إنستجرام أنهم يعيشون حياة مليئة بالترف وامتلاك الممتلكات باهظة الثمن.

ثانيا: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية لديهم".

جدول (28) قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة استخدام تطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية

المتغير	المقارنة الاجتماعية	
كثافة استخدام تطبيق إنستجرام	قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
	0.848**	0.01

- تظهر نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.848)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، ويدل هذا على وجود علاقة قوية بين كثافة الاستخدام والمقارنة الاجتماعية، وهذا يعني قبول الفرضية الأولى، وبذلك فكلما زادت كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام زادت المقارنات الاجتماعية لديهم؛ وهذا يثبت صحة افتراض الباحثة في ضوء الملاحظة وجلسات النقاش المركزة، وهذه نتيجة طبيعية، فالتعرض للمحتوى المثالي والصور المعدلة بالفلتر التي تظهر الآخرين سعداء وناجحين، يدفع المراهقين إلى إجراء مقارنات اجتماعية بين الحياة التي يعيشونها والنسخة المثالية غير الواقعية في كثير من الأحيان لحياة الآخرين على إنستجرام، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **صفا إبراهيم** (2021)، التي أثبتت وجود علاقة بين كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق إنستجرام ومستوى المقارنة الاجتماعية لديهم [108]، ومع دراسة Ha Sung (2019)، التي أكدت أن تكرار استخدام إنستجرام ينبئ بالمقارنات الاجتماعية [109]، ودراسة Tahir , et al (2018)، التي أكدت أن كثافة استخدام المراهقين والشباب لوسائل التواصل الاجتماعي تزيد من المقارنات الاجتماعية لديهم[110].

الفرضية الثانية: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم".

جدول (29) قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة استخدام تطبيق إنستجرام والتمرد النفسي

المتغير	التمرد النفسى	
	قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
كثافة استخدام تطبيق إنستجرام	0.850**	0.01

- تكشف نتائج الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.850)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، ويدل هذا على وجود علاقة قوية بين كثافة الاستخدام والتمرد النفسي، وهذا يعني قبول الفرضية الثانية، ونستنتج من ذلك أنه كلما زادت كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام زاد التمرد النفسي لديهم؛ ويمكن تفسير ذلك في ضوء المقارنات الاجتماعية التي يجريها المراهقون بين حياتهم وحياة الآخرين على إنستجرام، حيث يركز المحتوى المعروض بالمنشورات على مظاهر الحياة الفخمة، كالعيش في المنازل الحديثة، وامتلاك السيارات الفاخرة والهواتف الذكية الحديثة، وارتداء أحدث صيحات الملابس الراقية، والسفر إلى الخارج لأماكن سياحية خلابة، إضافة إلى صور الجسم المثالي، كل ذلك يجعلهم يُجرون مقارنات داخلهم؛ مما قد يؤدي إلى خلق صراع بين ما يريدونه وما هو متاح لديهم على أرض الواقع، ومع عدم حصولهم على كل ما يريدونه وتَمسك كثير من الأسر بالضوابط التقليدية المتبعة داخلها، وعدم تغير عادات المجتمع وتقاليده تبعًا للتطور والانفتاح الذي يشاهدونه بالصور والفيديوهات الموجودة على إنستجرام، وشعورهم بأن دراستهم لن تفيدهم في الوصول إلى الشهرة وكسب الأموال مثل المؤثرين لتحقيق أحلامهم وتلبية احتياجاتهم؛ كل ذلك يزيد من التمرد النفسي لديهم، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Haoyue Yuan (2022)، التي أثبتت أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر سلبًا في الصحة النفسية للمراهقين[111]، ودراسة **وليد محمد الهادي** (2022)[112]، ودراسة Katerina, et al (2015) [113]، بوجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة

استخدام الشباب لإنستجرام والشعور بالاكتئاب، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة **حسام محمود، أشـرف رجب** (2014)، التي أظهرت عدم وجود علاقة بين التمرد النفسي ومستوى تعرض المراهقين للمسلسلات الأجنبية المدبلجة[114].

الفرضية الثالثة: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والتطلعات المادية لديهم".

جدول (30) قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة استخدام تطبيق إنستجرام والتطلعات المادية

المتغير	التطلعات المادية	
	قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
كثافة استخدام تطبيق إنستجرام	0.862**	0.01

- يتضح من نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والتطلعات المادية لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.862)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، ويدل هذا على وجود علاقة قوية بين كثافة الاستخدام والتطلع المادي، وهذا يعني قبول الفرضية الثالثة، فكلما زادت كثافة استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام زادت التطلعات المادية لديهم؛ فتعرض المراهقين الدائم لحسابات الآخرين وما تحتويه من صور وفيديوهات تركز على القيم المادية والرفاهية التي يعيشونها ومقارنة حياتهم بها، واعتقادهم بأن امتلاكهم للممتلكات والأشياء المادية هو سبب السعادة والنجاح؛ كل ذلك يثير ويزيد التطلعات المادية لديهم، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Anna, et al (2021)، التي كشفت عن وجود علاقة قوية جدًا بين المادية واستخدام التليفزيون والإنترنت والتعرض للإعلانات[115]، ودراسة Alanna, Jamie (2020)، التي أظهرت أن تعرض المراهقين للإعلانات التي يدعمها مشاهير إنستجرام ينبئ بزيادة المادية لديهم[116]، وكذلك دراسة Manisha, Pavleen (2018)، التي أثبتت أن وسائل الإعلام (إنترنت وتلفزيون) تغرس المادية بقوة لدى المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة[117].

الفرضية الرابعة: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (النفعية – الطقوسية) لاستخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم".

جدول (31) قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين دوافع استخدام تطبيق إنستجرام والتمرد النفسي

المتغير / الدوافع	التمرد النفسى	
	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الدوافع النفعية	0.819**	0.01
الدوافع الطقوسية	0.882**	0.01

– تظهر بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين الدوافع النفعية لاستخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.819)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، ويدل ذلك على وجود علاقة قوية بين دوافع الاستخدام النفعية والتمرد النفسي، ووجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين الدوافع الطقوسية لاستخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.882)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، ويدل ذلك على وجود علاقة قوية بين دوافع الاستخدام الطقوسية والتمرد النفسي، وهذا يشير إلى قبول الفرضية الرابعة، فكلما زادت دوافع استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام النفعية والطقوسية زاد التمرد النفسي لديهم، ونجد أن علاقة الدوافع الطقوسية بالتمرد كانت أقوى من الدوافع النفعية، وذلك لحصولها على معامل ارتباط أكبر، وهذا يشير إلى أن الدوافع الطقوسية كالتسلية والترفيه والهروب من مشكلات الحياة اليومية ومتابعة حساب المشاهير ترتبط بشكل أكبر بميول التمرد النفسي لدى المراهقين مقارنة بالدوافع النفعية.

الفرضية الخامسة: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام تطبيق إنستجرام وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع – المرحلة العمرية – المستوى الاجتماعي والاقتصادي)".

أ- الفروق بين متوسطى درجات المراهقين في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام تبعا لمتغيري (النوع - المرحلة العمرية).

جدول (32) قيمة "ت" للفرق بين متوسطى درجات المراهقين في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام وفقا لمتغيري (النوع - المرحلة العمرية)

المتغير			العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المقارنة الاجتماعية	النوع	الذكور	149	2.09	0.492	4.171	348	0.01
		الإناث	201	2.30	0.431			
	المرحلة العمرية	مراهقة متوسطة	150	2.34	0.455	4.782	348	0.01
		مراهقة متأخرة	200	2.11	0.454			

استخدام اختبار (T-TEST) في الجدول السابق يظهر ما يلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين الذكور والإناث في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام، وذلك لصالح الإناث بمتوسط حسابي قدره (2.30)، إذ بلغت قيمة "ت" (4.171)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية (348)، مما يشير إلى تأثير متغير النوع على المقارنة الاجتماعية، وهذا يؤكد ما توصلت إليه الدراسة من وجود فروق في كثافة استخدام التطبيق لصالح الإناث، فهن أكثر تركيزًا على المظهر الخارجي لتحسين صورتهن الجمالية والاجتماعية بالمجتمع؛ وذلك لتحقيق أحلامهن الشخصية والمهنية، مما يزيد من فرصة مقارنة أنفسهن بما يشاهدنه على حسابات الآخرين بتطبيق إنستجرام، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **حسناء منصور**(2021)، التي أكدت وجود فروق بين الذكور والإناث في مقارناتهم الاجتماعية بعد مشاهدة صور الآخرين[118].

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام، لصالح مرحلة المراهقة المتوسطة بمتوسط حسابي قدره (2.34)، إذ بلغت قيمة "ت" (4.782)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية (348)، وهذا يشير إلى تأثير متغير المرحلة العمرية على المقارنة الاجتماعية، وهذا يرجع إلى أن المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة يبحثون عن تحقيق ذواتهم والبحث عن

الاستقلالية، فيقارنون مظهرهم الخارجي وما حققوه بالآخرين، ومع عدم وجود الخبرة الكافية لديهم فهم يُصدقون كل ما يشاهدونه من محتوى يُصور أنماط حياة الآخرين ومظهرهم الخارجي غير الواقعي في أغلب الأوقات.

ب-الفرق بين المستوى الاجتماعى والاقتصادي للمراهقين في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام.

جدول (33) تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA لمتوسطات درجات المراهقين وفقًا للمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
المقارنة الاجتماعية	بين المجموعات	8.447	2	4.223	21.492	0.01
	داخل المجموعات	68.187	347	0.197		
	الدرجة الكلية	76.633	349			

- تكشف نتائج الجدول السابق أن استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one - way ANova أثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام، إذ بلغت قيمة ف = (21.492)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا يدل على تأثير متغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي على المقارنة الاجتماعية، ولتحديد اتجاه هذه الفروق تم استخدام مدى شيفيه scheffe للمتوسطات كما بالجدول الآتي.

جدول (34) قيم مدى شيفيه لاتجاه الفروق بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المتغير	المستوى الاجتماعى والاقتصادي	المتوسط	فروق المتوسطات		
			(1)	(2)	(3)
المقارنة الاجتماعية	(1) منخفض (ن = 54)	2.04	---		
	(2) متوسط (ن = 186)	2.12	-0.084	---	
	(3) مرتفع (ن = 110)	2.43	-0.394*	-0.310*	---

* دال عند مستوى (0.05)

- تظهر نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط)، ووجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض- مرتفع)، لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدره (2.43)، وبين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (متوسط - مرتفع) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدره (2.43)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن المراهقين ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع هم أكثر من يريد الحفاظ على مكانتهم الاجتماعية بالمجتمع، لذلك يبحثون دائمًا على كل جديد وحديث مع الآخرين وامتلاكه حتى لا يكون أحد أفضل منهم، وهذا ناتج عن المقارنات الاجتماعية التصاعدية التي يُجرونها مع الآخرون، وهذا يعني قبول الفرضية الخامسة.

الفرضية السادسة: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة في مقياس التمرد النفسي الناتج عن استخدام تطبيق إنستجرام وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع – المرحلة العمرية – المستوى الاجتماعي والاقتصادي)".

أ- الفروق بين متوسطى درجات المراهقين في مقياس التمرد النفسى الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام تبعا لمتغيري (النوع – المرحلة العمرية).

جدول (35) قيمة "ت" للفرق بين متوسطى درجات المراهقين في مقياس التمرد النفسى الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام وفقًا لمتغيري (النوع – المرحلة العمرية)

المتغير			العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
التمرد النفسى	النوع	الذكور	149	2.11	0.617	4.287	348	0.01
		الإناث	201	2.37	0.542			
	المرحلة العمرية	مراهقة متوسطة	150	2.44	0.570	5.234	348	0.01
		مراهقة متأخرة	200	2.12	0.567			

استخدام اختبار (T-TEST) في الجدول السابق يظهر ما يلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين الذكور والإناث في مقياس التمرد النفسي الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام، وذلك لصالح الإناث بمتوسط حسابي قدره (2.37)، وهذا يشير إلى تأثير متغير النوع على التمرد النفسي، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الإناث هن أكثر من يستخدم التطبيق وأكثر من يجري مقارنات اجتماعية، وخاصة أنهن يُفضلن حسابات المشاهير والمؤثرين الذين يروجون لبعض المنتجات كالملابس ومستحضرات التجميل والعناية بالبشرة، وتعتبر كل هذه أشياء مهمة تسعى الإناث لشرائها لكي يظهرن بمظهر جيد أمام الآخرين، وعدم حصولهن عليها قد يدفعهن للتمرد النفسي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **إلهام فاضل** (2021)[119]، **وعبد المحسن** (2019)[120]، **وفايز خضر** (2012)[121]، التي أكدت وجود فروق لدى المراهقين والشباب في مقياس التمرد النفسي وفقًا للنوع، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة **حنان أمين** (2023)، التي أظهرت عدم وجود فروق في مقياس التمرد النفسي وفقًا للنوع[122].

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في مقياس التمرد النفسي الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام لصالح مرحلة المراهقة المتوسطة بمتوسط حسابي قدره (2.44)، وهذا يشير إلى تأثير متغير المرحلة العمرية على التمرد النفسي، ويمكن تفسير ذلك في ضوء خصائص مرحلة المراهقة المتوسطة التي يبحث فيها المراهقون عن الاستقلالية والاعتماد على الذات لتحديد هويتهم، وقد يُعاني فيها المراهقون من الصراعات الداخلية بسبب الاختلاف بين ما يشاهدونه من صور لحياة الآخرين المثالية بالتطبيق وبين حياتهم، وخصوصاً أنهم أكثر من يجري المقارنات الاجتماعية التي قد تؤدي إلى شعورهم بعدم القدرة على تحقيق ما وصل إليه الآخرون؛ وهذا يدفعهم إلى التمرد كرد فعل لما يشعرون به من مشاعر غضب وعصبية، وخاصة أنها مرحلة يواجه فيها المراهقون مزيداً من الخلافات مع الأهل.

ب-الفرق بين المستوى الاجتماعى والاقتصادي للمراهقين في مقياس التمرد النفسى الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام.

جدول (36) تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA لمتوسطات درجات المراهقين وفقاً للمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس التمرد النفسى الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
التمرد النفسى	بين المجموعات	19.549	2	9.774	33.353	0.01
	داخل المجموعات	101.691	347	0.293		
	الدرجة الكلية	121.239	349			

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه - one way ANova أثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس التمرد النفسي الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام، إذ بلغت قيمة ف = (33.353)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا يدل على تأثير متغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي على التمرد النفسي، ولتحديد اتجاه هذه الفروق تم استخدام مدى شيفيه scheffe للمتوسطات كما بالجدول التالي:

جدول (37) قيم مدى شيفيه لاتجاه الفروق بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس التمرد النفسى الناتج عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المتغير	المستوى الاجتماعى والاقتصادي	المتوسط	فروق المتوسطات		
			(1)	(2)	(3)
التمرد النفسى	(1) منخفض (ن = 54)	1.86	---		
	(2) متوسط (ن = 186)	2.20	-0.339*	---	
	(3) مرتفع (ن = 110)	2.56	-0.705*	-0.366*	---

* دال عند مستوى (0.05)

- تكشف نتائج الجدول السابق عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المتوسط بمتوسط قدره (2.20)، ووجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض- مرتفع) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدره (2.56)، وبين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (متوسط - مرتفع) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدره (2.56)، وهذا يرجع إلى أن كثير من المراهقين ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع يميلون إلى مقارنة أنفسهم بمن هم أفضل منهم، وهذا يخلق لديهم شعورًا بعدم الرضا عن الأشياء التي يملكونها والإنجازات التي يحققونها، وأنهم يرغبون دائمًا في تحقيق المزيد، وبالتالي يدفعهم هذا الشعور في بعض الأحيان للتمرد النفسي، وهذا يعني قبول الفرضية السادسة.

الفرضية السابعة: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدام تطبيق إنستجرام وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع – المرحلة العمرية – المستوى الاجتماعي والاقتصادي)".

أ- الفروق بين متوسطى درجات المراهقين في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام تبعا لمتغيري (النوع - المرحلة العمرية).

جدول (38) قيمة "ت" للفرق بين متوسطى درجات المراهقين في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام وفقا لمتغيري (النوع - المرحلة العمرية)

المتغير			العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
التطلعات المادية	النوع	الذكور	149	2.44	0.473	0.917	348	0.360 غير دالة
		الإناث	201	2.48	0.482			
	المرحلة العمرية	مراهقة متوسطة	150	2.58	0.443	4.100	348	0.01
		مراهقة متأخرة	200	2.38	0.485			

استخدام اختبار (T-TEST) في الجدول السابق يظهر ما يلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين الذكور والإناث على مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام، وهذا يشير إلى عدم تأثير متغير النوع على التطلعات المادية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تعرض الجنسين للمحتوى الترفيهي والترويجي نفسه الذي يركز على القيم المادية، والذي يتناول صورة غير حقيقية في كثير من الأحيان للنجاح والسعادة الموجودة بصور وفيديوهات الآخرين على التطبيق، وهذا يخلق داخل الجنسين شعوراً متزايداً للاهتمام بالأهداف المادية؛ وذلك لربطهم لقيمتهم الذاتية بمقدار ما يمتلكونه من ممتلكات وأشياء مادية، فكل منهما يسعى لتحقيق النجاح المالي والمهني في الحياة بأيسر الطرق، مما يؤدي إلى تشابه التطلعات المادية لديهم، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Ivana Ondrijova (2024) التي كشفت عن عدم وجود ارتباط بين المادية والنوع[123].

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة على مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام لصالح مرحلة المراهقة المتوسطة بمتوسط حسابي قدره (2.58)، وهذا يشير

إلى تأثير متغير المرحلة العمرية على التطلعات المادية، وهذا يرجع إلى طبيعة مرحلة المراهقة المتوسطة وما يصاحبها من تغيرات نفسية وجسدية واجتماعية تؤثر على المراهقين بدرجة كبيرة، فنجدهم يهتمون كثيراً بمظهرهم الخارجي، وهذا يجعلهم يقارنون أنفسهم بالآخرين على تطبيق إنستجرام، فيدفعهم ذلك للسعي للحصول على المنتجات والملابس والهواتف الذكية التي يمتلكها المشاهير أو المؤثرون أو الأقارب والأصدقاء.

ب-الفرق بين المستوى الاجتماعى والاقتصادي للمراهقين في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام.

جدول (39) تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA لمتوسطات درجات المراهقين وفقًا للمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
التطلعات المادية	بين المجموعات	11.864	2	5.932	30.291	0.01
	داخل المجموعات	67.954	347	0.196		
	الدرجة الكلية	79.818	349			

- توضح بيانات الجدول السابق أن استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one - way ANova أثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام، إذ بلغت قيمة ف = (30.291)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا يدل على تأثير متغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي على التطلعات المادية، ولتحديد اتجاه هذه الفروق تم استخدام مدى شيفيه scheffe للمتوسطات كما بالجدول الآتي.

جدول (40) قيم مدى شيفيه لاتجاه الفروق بين متوسطات درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعى والاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع) في مقياس التطلعات المادية الناتجة عن استخدامهم لتطبيق إنستجرام

المتغير	المستوى الاجتماعى والاقتصادي	المتوسط	فروق المتوسطات		
			(1)	(2)	(3)
التطلعات المادية	(1) منخفض (ن = 54)	2.14	---		
	(2) متوسط (ن = 186)	2.43	-0.289*	---	
	(3) مرتفع (ن = 110)	2.69	-0.557*	-0.268*	---

* دال عند مستوى (0.05)

- تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض - متوسط) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المتوسط بمتوسط قدرة(2.43)، ووجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (منخفض- مرتفع) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدرة (2.69)، وبين متوسطي درجات المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي (متوسط - مرتفع) لصالح المراهقين بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع بمتوسط قدرة (2.69)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن المراهقين ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع هم أكثر من يهتمون بتحسين وضعهم المالي والتطلع دائمًا نحو الأفضل نتيجة لمقارنة أنفسهم بالآخرين على تطبيق إنستجرام، مما يزيد من تطلعاتهم المادية لتحقيق المزيد من النجاح المالي والقبول الاجتماعي، وقد يدفعهم ذلك إلى الاهتمام أكثر بالمال والممتلكات كوسيلة للمحافظة على مكانتهم الاجتماعية بالمجتمع والوصول إلى مستوى أعلى من الرفاهية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **هدى إبراهيم** (2023)، التي أكدت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التطلعات طبقًا للمستوى الاقتصادي للأسرة لصالح المستوى المرتفع [124]، وهذا يعني قبول الفرضية السابعة جزئيًا.

الفرضية الثامنة: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كلٍ من المقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام".

جدول (41) مصفوفة الارتباطات بين المقارنة الاجتماعية والتمرد النفسى والتطلعات المادية للمراهقين

المتغيرات	المقارنة الاجتماعية	التطلعات المادية	التمرد النفسى
المقارنة الاجتماعية	1		
التطلعات المادية	0.880**	1	
التمرد النفسى	0.917**	0.942**	1

** دال عند مستوى (0.01)

- يتضح من نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والتطلعات المادية لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.880)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا يدل على وجود علاقة قوية بينهما، ووجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين المقارنة الاجتماعية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.917)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، ويدل هذا على وجود علاقة شبة تامة بينهما، ووجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين التطلعات المادية الناتجة عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام والتمرد النفسي لديهم، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.942)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، ويشير هذا إلى وجود علاقة شبة تامة بينهما، وهذا يعني قبول الفرضية الثامنة، فالمقارنات الاجتماعية التي يُجريها المراهقون عندما يشاهدون الصور والفيديوهات المثالية لحياة الآخرين على تطبيق إنستجرام، التي تركز على القيم المادية قد تزيد من تطلعاتهم المادية وتجعلهم غير راضين عن حياتهم، فيتمردون نفسيًا عليها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Tahir et al (2018)، التي أظهرت أن المقارنة الاجتماعية تؤدي دورًا مهمًا في تنمية القيم المادية لدى المراهقين والشباب[125]، ودراسة Kara, Gerard (2008)، التي أكدت أن المقارنة الاجتماعية وتقليد نماذج المشاهير مؤشران إيجابيان على المادية لدى

المراهقين[126]، ودراسة Lara, et al (2023)، التي أثبتت وجود علاقة بين المقارنة الاجتماعية لحياة الآخرين المثالية على وسائل التواصل الاجتماعي والحسد وخاصة لدى المراهقين[127].

الفرضية التاسعة: "يوجد تأثير إيجابي دال إحصائيًا لكلٍ من (المقارنة الاجتماعية – التطلعات المادية) على التمرد النفسي الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام".

وينقسم هذا الفرض إلى الآتي:

أ- "يوجد تأثير إيجابى دال إحصائيا للمقارنة الاجتماعية على التمرد النفسى الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام".

جدول (42) تحليل الانحدار الخطى لتأثير المقارنة الاجتماعية على التمرد النفسى

المتغير المنبئ	معامل الانحدار (B)	الخطأ المعيارى (S.R)	بيتا Beta	T	Sig.	R^2	نسبة الإسهام	ثابت الانحدار	F	Sig.
المقارنة الاجتماعية	1.154	0.027	0.917	43.023	0.01	0.842	٪84.2	-0.288	1850.993	0.01

- تظهر نتائج الجدول السابق وجود تأثير إيجابي دال إحصائيًا للمقارنة الاجتماعية على التمرد النفسي، إذ بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.842)، وهذا يشير إلى أن المقارنة الاجتماعية تسهم في تفسير نسبة (٪84.2) من التباين في التمرد النفسي الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام، فالمقارنات التصاعدية التي يُجريها المراهقون بمن هم أفضل منهم قد تُعزز لديهم الشعور بالنقص؛ وهذا قد يدفعهم إلى التمرد النفسي.

ب- "يوجد تأثير إيجابى دال إحصائيا للتطلعات المادية على التمرد النفسى الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام".

جدول (43) تحليل الانحدار الخطى لتأثير التطلعات المادية على التمرد النفسى

المتغير المنبئ	معامل الانحدار (B)	الخطأ المعياري (S.R)	بيتا Beta	T	Sig.	R^2	نسبة الإسهام	ثابت الانحدار	F	Sig.
التطلعات المادية	1.161	0.022	0.942	52.394	0.01	0.887	٪88.7	-0.602	2745.146	0.01

- تظهر نتائج الجدول السابق وجود تأثير إيجابي دال إحصائيًا للمقارنة الاجتماعية على التمرد النفسي، إذ بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.887)، وهذا يشير إلى أن التطلعات المادية تسهم في تفسير نسبة (٪88.7) من التباين في التمرد النفسي الناتج عن

استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام، وهذا يعني قبول الفرضية التاسعة، وتشير نتيجة الجدول إلى أن التطلعات المادية تسهم بشكل أكبر في التمرد النفسي، وهذا يرجع إلى أن مشاهدة المراهقين للآخرين على تطبيق إنستجرام وهم يستمتعون بمظاهر الحياة المادية، قد يزيد من رغبتهم في عيش الحياة نفسها اعتقاداً منهم بأن المال هو سبب السعادة والنجاح، وهذا قد يؤدي بدوره إلى تفاقم التمرد النفسي لديهم إذا لم تتحقق أمانيهم وتطلعاتهم.

ملخص نتائج الدراسة:

- نسبة (58.6٪) من المراهقين يستخدمون تطبيق إنستجرام دائماً، ونسبة (29.1٪) يستخدمونه أحياناً، أما الاستخدام نادراً فحصل على نسبة (12.3٪).

- حصل استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام كل أيام الأسبوع على المركز الأول بنسبة (58.6٪)، وفي المركز الثاني بنسبة (28.8 ٪) من أربعة إلى خمسة أيام، ثم يوم واحد جاء في المركز الثالث بنسبة (12.6٪).

- نسبة (71.1٪) من المراهقين لديهم حساب عام مفتوح للجميع، ونسبة (28.9٪) منهم يمتلكون حساب خاص، ولم تكن هناك فروق بين المراهقين بمرحلة المراهقة المتوسطة والمتأخرة في نوع الحساب الذي يمتلكونه.

- نسبة (29.7٪) من المراهقين يحدثون صورهم على ملفاتهم الشخصية حسب ظروفهم، ونسبة (25.7٪) منهم يحدثون صورهم أسبوعياً، ونسبة (25.4٪) منهم يحدثونها شهرياً.

- جاءت حسابات المشاهير والمؤثرين في مقدمة الحسابات التي يفضل المراهقون متابعتها على تطبيق إنستجرام بأهمية نسبية مقدارها (99.9 ٪).

- جاء في مقدمة أكثر أشكال تفاعل المراهقين أثناء استخدامهم لتطبيق إنستجرام تصفح المنشورات ومشاهدتها بأهمية نسبية مقدارها (98.1٪)، ثم جاء الإعجاب بأهمية نسبية مقدارها (96.4٪).

- جاء دافع التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ في المركز الأول لدوافع الاستخدام الطقوسية بأهمية نسبية مقدارها (98.9٪)، يليه دافع متابعة حساب المشاهير والمؤثرين في المركز الثاني بأهمية نسبية مقدارها (93.6٪).

- المراهقون عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من المقارنة الاجتماعية، إذ بلغت الأهمية النسبية لمتوسط المقارنة الاجتماعية ككل (73.7٪).

- المراهقون عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من التمرد النفسي، إذ بلغت الأهمية النسبية لمتوسط التمرد النفسي ككل (75.3٪).

- المراهقون عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من التطلعات المادية، إذ بلغت الأهمية النسبية لمتوسط التطلعات المادية ككل (82.0٪).

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لتطبيق إنستجرام والمقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كلٍ من المقارنة الاجتماعية والتمرد النفسي والتطلعات المادية للمراهقين مستخدمي تطبيق إنستجرام.

- يوجد تأثير إيجابي دال إحصائيًا لكلٍ من (المقارنة الاجتماعية - التطلعات المادية) على التمرد النفسي الناتج عن استخدام المراهقين لتطبيق إنستجرام.

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة وتفسيرها توصي الباحثة بما يلي:

- وضع مراقبة على المحتوى الرقمي بمواقع التواصل الاجتماعي للمؤثرين وغيرهم، الذي غالبًا ما يركز على القيم المادية، إضافة إلى ضرورة مراقبة الأسرة للمحتوى الذي يتعرض له أبناؤها لأنهم ينجذبون للأشياء والممتلكات التي يشاهدونها على إنستجرام، فيتمنون امتلاكها، وهنا يبدأ تمردهم على الأسرة والمجتمع والمدرسة والجامعة وتزداد المادية لديهم.

- توعية الأسرة بكيفية التعامل مع المراهقين، وذلك بتوفير الفرصة أمام أبنائهم للتعبير عن حاجاتهم ومشاعرهم وآرائهم واحترامها، وسماع مشكلاتهم ومنحهم الاستقلال والحرية، وتعزيز ثقتهم بأنفسهم حتى يتحول لديهم التمرد النفسي السلبي إلى إيجابي.

- عمل ندوات لتوعية المراهقين بالمخاطر النفسية والاجتماعية للمقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي، وإجراء دورات لدعم الجوانب الإيجابية لشخصيتهم من أجل تطويرها إلى الأفضل ومقاومة التمرد النفسي.

- الاهتمام بالأنشطة الاجتماعية والثقافية والرياضية والفنية والدينية واستثمارها من أجل التنفيس إيجابياً عن مشاعر المراهقين وملء أوقات فراغهم، والاستفادة من البرامج الإرشادية التي يقترحها الباحثون للحد من ظاهرة التمرد في المدارس والجامعات.

- توعية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بأمور التزييف التي تحدث على الصور وكيفية استخدام الفلاتر لتعديل الصور، وأن يدركوا أن ما يرونه بفيديوهات وصور الآخرين غالباً ما يكون جزءاً مُصطنعاً غير حقيقي، وأن يركزوا على تحسين حياتهم من خلال إنجازاتهم الشخصية، وسوف يحد ذلك من التأثيرات السلبية لها.

- توظيف وسائل التواصل الاجتماعي وما تملكه من إمكانيات ومزايا في تطوير مهارات المستخدمين وإرشادهم للاستخدام الأمثل لها.

مقترحات الدراسة:

- إجراء دراسة تجريبية عن فاعلية برنامج إرشادي تدريبي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التخفيف من ظاهرة التمرد النفسي لدى المراهقين.

- الاهتمام بإجراء مزيد من الدراسات عن وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على المراهقين وعلاقتها بأدائهم الأكاديمي.

- دراسة عن تأثير المقارنات الاجتماعية التصاعدية والتنازلية الناتجة عن استخدام فيسبوك وتيك توك على مختلف الفئات العمرية.

- إجراء دراسة عن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى والتمرد النفسي والتطلعات المادية لدى الأطفال.

- إجراء دراسة تحليلية للمنشورات الخاصة ببعض مجالات الحياة بحسابات تطبيق إنستجرام.

- إجراء مزيد من الدراسات عن تطبيق إنستجرام وكيفية توظيفه في العملية التعليمية بالمدارس والجامعات.

مراجع الدراسة:

[1] Simon Kemp. "**Digital 2024: 5 billion social media users**", 2024, Available on the website ,https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/, visit in 10-1-2025, in 10:00 pm.

[2] Desirée Schmuck, Kathrin Karsay, Jörg Matthes, and Anja Stevic. "Looking Up and Feeling Down :The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users", **Telematics and Informatics**, vol. (42), 2019, P2.

[3] Erin A. Vogel, Jason P. Rose, Lindsay R. Roberts, and Katheryn Eckles. "Social Comparison, social media, and Self-Esteem", **Psychology of Popular Media Culture**, vol. (3), No. (4), 2014, P 207.

[4] أزهار محمد مجيد نصيف السباب. "قياس التمرد النفسي عند طلبة معهد إعداد المعلمين"، **مجلة جامعة سامراء**، المجلد (7)، العدد (27)، 2011، ص194.

[5] ياسرة محمد أبو هدروس. "تقنين مقياس التمرد النفسي لدى المراهقين على البيئة الفلسطينية"، **مجلة العلوم التربوية والنفسية**، المجلد(11)، العدد(3)، 2010، ص 83.

[6] Andika Bramastha, Panca Kursistin, and dan Ria Wiyatfi. "Gambaran Social Comparison Pengguna Fitur Instastory pada Aplikasi Instagram di Kalangan Mahasiswa", **Jurnal Psikologi**, vol. (1), No. (2), 2024, Pp 1-9.

[7] Vidyawati. "Exploring the Relationship Between Instagram Use and Body Image Issues Among Teenagers", **Mahogany Journal De Social**, vol. (1), Issue. (2), 2024, Pp 65-70.

[8] Raphael Aubry, Alain Quiamzade, and Laurenz L. Meier. "Depressive symptoms and upward social comparisons during Instagram use: A vicious circle", **Personality and Individual Differences**, vol. (217), 2024, Pp 1-11.

[9] Nila Audini Oktavia, IGAA Noviekayati, and Dyan Evita Santi. "The Impact of Social Media Intensity on Body Dissatisfaction as Mediated by Social Comparison", **Sinergi International Journal of Psychology**, vol. (1), Issue. (3), 2023, Pp 131-141.

[10] وليد محمد الهادي. "المقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي: تأثير استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي على صورتها نحو جسدها وتقديرها لذاتها"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد (84)، 2023، ص ص 89 - 159.

[11] Rehan M. Yahya, Dilan Ciftci, and Aytekin İŞMAN. "The Relationship between Social Media Exposure and Social Comparison Level: Instagram as a Model", **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, vol. (22), Issue. (2), 2023, Pp 131-149.

[12] Lara Schreurs, Adrian Meier, and Laura Vandenbosch. "Exposure to the Positivity Bias and Adolescents' Differential Longitudinal Links with Social

Comparison, Inspiration and Envy Depending on Social Media Literacy", **Current Psychology**, vol. (42), No. (32),2023, Pp 28221-28241.

[13] Laura Villanueva-Moya, M. Carmen Herrera, M. Dolores Sanchez-Hern andez, and Francisca Expósito. "#Instacomparison: Social Comparison and Envy as Correlates of Exposure to Instagram and Cyberbullying Perpetration", **Psychological Reports**, vol. (126), No. (3), 2022, Pp 1284-1304.

[14] صفا محمد إبراهيم. "تأثير استخدام الشباب لتطبيق الإنستجرام على مستوى المقارنة الاجتماعية لديهم"، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، العدد (34)، 2021، ص ص 456 - 510.

[15] سهام بنت محمد الصامطي، صالح بن إبراهيم الخضيري. "الصورة النمطية المتداولة للمجتمع السعودي عن طريق المقارنات الاجتماعية مع المجتمعات الأخرى"، **مجلة العلوم الإنسانية**، العدد (12)، 2021، ص ص 79 - 101.

[16] حسناء سعد منصور. "العلاقة بين تصفح صور مواقع التواصل الاجتماعي والمقارنة الاجتماعية لدى المتصفحين السعوديين"، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد (27)،2021، ص ص 95 - 146.

[17] Delia Cristina, Dorin Spoaller. "How Social Comparison on Instagram Affects Well-Being", **Perspectives from a Study Conducted During the Lockdown**, vol. (65), No. (2), 2020, Pp 5-19 .

[18] M. Scully, Lorraine Swords, and Elizabeth Nixon. "Social comparisons on social media: online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls", **Irish Journal of Psychological Medicine**, vol. (40), No. (1), 2020, Pp 1-12.

[19] مشاعل الحسين البركاتي. "المقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأعراض الاكتئاب لدى عينة من الفتيات بالمنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية"، **مجلة الإرشاد النفسي**، العدد (58)، 2019، ص ص 205 - 224.

[20] Desirée Schmuck, et al. **Op.cit**, Pp 1-12.

[21] Katerina Lup, Leora Trub, and Lisa Rosenthal. "instagram #Instasad?: Exploring Associations Among Instagram Use, Depressive Symptoms, Negative Social Comparison, and Strangers Followed", **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, vol. (18), No. (5), 2015, Pp 247- 252.

[22] حنان السيد السيد. "برنامج ارشادي قائم على مهارات التفكير الإيجابي في خفض حدة التمرد النفسي لدى عينة من المراهقين"، **مجلة البحث العلمي في التربية**، المجلد (26)، العدد (4)،2025، ص ص1: 37.

[23] حنان بنت محمد أمين. "الإيذاء السيبراني عبر منصات التواصل الاجتماعي كمؤشر تنبئي للتمرد النفسي السلبي والهشاشة النفسية لدى طلبة جامعة أم القرى"، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية**، المجلد (31)، العدد (5)، 2023، ص ص 205 -234.

[24] Mohammed Y. Haggag. "Effects of demographic variables on rebellion and psychological status of football players", **Journal of Sport Sciences and Physical Education**, vol. (13), No. (1), 2023, Pp 21-31.

[25]Ying Wang. "The Rebellious Psychology of College Students Based on Psychological Needs in Ideological Education and Its Correction", **3rd Annual Conference of Education, Teaching and Learning**, 2022, Pp 101-106.

[26] كنيوة مولود، زاوي مصطفى، نوال قرين." التمرد النفسي وعلاقته بسلوك العنف لدى طلبه معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية، **مجلة العلوم الإنسانية**، المجلد (33)، العدد (2)، 2022، ص ص 345 - 353.

[27] إلهام فاضل عباس. "أحادية - تعددية الرؤية وعلاقتها بالتمرد النفسي وسمات الشخصية لدى طلبة الجامعة"، **مجلة البحوث التربوية والنفسية**، المجلد (18)، العدد (68)، 2021، ص ص 451 - 488.

[28] زاوي سيد الشيخ. "التمرد النفسي وعلاقته بسلوك العنف لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة قاصدي مرباح ورقلة: معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، 2020).

[29] نوال محمد عساف. "قياس مستوى التمرد النفسي في المدارس الثانوية من وجهة نظر المدرسين"، **مجلة جامعة بابل**، المجلد (28)، العدد (3)، 2020، ص ص 240 - 258.

[30] Maha Abdel, Omar Abdel. "Characteristics of rebellious adolescent student drawings", **International Journal of Innovation, Creativity and Change**, vol. (8), Issue. (10), 2019, Pp 343-358.

[31] عبد المحسن حامد أحمد. "ممارسة أنشطة الإعلام المدرسي والتمرد النفسي لدى المراهقين"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد (26)، 2019، ص ص 216 - 240.

[32] رقيه نبار."مستوى التمرد النفسي لدى طلبة الجامعة"، **مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد (35)، 2018، ص ص 919 - 930.

[33] Thomashley S. Ganiron, Prinnah Fajardo, Paul Andrei, and Mervin Barcelona. "Evaluating the Factors Affecting High School Student Rebellion", **The Scientific World Journal**, 2017, Pp 158-176.

[34] حسام محمود زكي، أشـــرف رجب عطـــا." مقاومة الإغراء والتمرد النفسي للمراهقين وعلاقتهما بتعرضهم للمسلسلات الأجنبية المدبلجة في القنوات الفضائية المصرية"، **مجلة كلية التربية**، المجلد (24)، العدد (2)، 2014، ص ص 321 - 407.

[35] فايز خضر محمد بشير." التمرد وعلاقته بأساليب المعاملة الوالدين لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الأزهـــر بغزة: كلية التربية، 2012).

[36] ندى فتاح زيدان، ميساء يحيى قاسم." قياس التمرد النفسي لدى طلبة المرحلة الإعدادية"، **مجلة التربية والعلم**، المجلد (14)، العدد (3)، 2007، ص ص 302 -318.

[37] Ivana Ondrijova. "Gender and Age Differences in Consumer Materialism", **Technium Business and Management**, vol. (10), 2024, Pp138-144.

[38] Arif Jameel, Sania Khan, Wadi B Alonazi, and Ali Ahmed Khan. "Exploring the Impact of Social Media Sites on Compulsive Shopping Behavior: The Mediating Role of Materialism", **Psychology Research and Behavior Management**, vol. (17), 2024, Pp171-185.

[39] هدى إبراهيم الدسوقي." تعرض الأطفال المصريين لإعلانات المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى التطلعات المادية لديهم"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (66)، الجزء (3)، 2023، ص ص 1547 - 1612.

[40] Daniel Tan Lei Shek, Kim Hung Leung, Diya Dou, and Xiaoqin Zhu. "Impact of Family Functioning on Adolescent Materialism and Egocentrism in Mainland China: Positive Youth Development Attributes as a Mediator", **International Journal of Environmental Research and Public Health**, vol. (19), No. (17), 2022, Pp1-20.

[41] Anna Maria, Agnes Nairn, Tina M Lowrey, Liselot Hudders, Aysen Bakir, Andrew Rogers, Verolien Cauberghe, Elodie Gentina, Hua Li, and Fiona Spotswood. "Can the youth materialism scale be used across different countries and cultures?" , **International Journal of Market Research**, vol. (63), No. (3), 2021, Pp 317-334.

[42] Monali Neve, Rahul Trivedi. "Materialism and Media Usage: To study the role of media in increasing materialism among youths with special reference to social media exposure", **International Journal of Advanced Science and Technology**, vol. (290), No. (8s), 2020, Pp 2431-2436.

[43] Alanna Zhang, Jamie Kennedy. "I Want It, Too: A Correlational Study on the Link Between Youth Celebrity Idolization and Materialism", **Journal of Student Research**, vol. (9), Issue. (2), 2020, Pp 1-21.

[44] Janos Debrecen, Agnes Hofmeister. "Materialism among teenagers, the relationship between terminal values and social media use", **International journal of multidisciplinarity in business and science**, vol. (4), No. (5), 2018, Pp 5-12.

[45] Manisha Behal, Pavleen Soni. "Media Use and Materialism: A Comparative Study of Impact of Television Exposure and Internet Indulgence on Young Adults", **Management and Labour Studies**, vol. (43), Issue. (4), 2018, Pp 247-262.

[46] طارق بلحاج." الإعلان ودوره في تعزيز القيم المادية وتخفيض الرضا عن الحياة: دراسة على عينة من طلاب الجامعة بالجزائر"، **مجلة ميلاف للبحوث والدراسات**، المجلد (3)، العدد (1)، 2017، ص ص 5-38.

[47] Tahir Islam, Zaryab Sheikh, Zahid Hameed, Ikram Ullah Khan, and Rauf I. "Azam. Social comparison, materialism, and compulsive buying based on stimulusresponse model: a comparative study among adolescents and young adults", **Young Consumers Insight and Ideas for Responsible Marketers**, vol. (19), No. (1), 2018, Pp 19 - 37.

[48] Suzanna Johanna Opree, Rinaldo Kühne. "Generation Me in the Spotlight: Linking Reality TV to Materialism, Entitlement, and Narcissism", **Mass Communication and Society**, vol. (19), Issue. (6), 2016, Pp 800-819.

[49] Lisbeth Ku. "Development of Materialism in Adolescence: The Longitudinal Role of Life Satisfaction Among Chinese Youths", **Social Indicators Research**, vol. (124), Issue. (1), 2015, Pp 231-247.

[50] Carrie La Ferle, Kara Chan. "Determinants for materialism among adolescents in Singapore", **Young Consumers Insight and Ideas for Responsible Marketers** ,vol. (9), No. (3), 2008, Pp 201-214.

[51]Kara Chan, Gerard P Prendergast. "Social comparison, imitation of celebrity models and materialism among Chinese youth", **International Journal of Advertising**, vol. (27), No. (5), 2008, Pp 799-826.

[52] Kara Chan, Gerard Prendergast. "Materialism and Social Comparison among Adolescents", **Social Behavior and Personality an International Journal**, vol. (35), No. (2), 2007, Pp 213-228.

[53] Bettina F. Piko. "Satisfaction with Life, Psychosocial Health and Materialism among Hungarian Youth", **Journal of Health Psychology**, vol. (11), No. (6), Pp 827-831.

[54] عمرو أحمد محمد." وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتجميل الاضطرابات النفسية - إنستجرام نموذجًا"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (70)، الجزء (2)، 2024، ص ص 1199 - 1262.

[55] الجوهرة المطيري، هالة بن علي برناط." استخدامات السعوديين لمنصات التواصل الاجتماعي: الإنستجرام نموذجًا"، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد (37)، 2024، ص ص 127 - 166.

[56] هويدا رضا محمد." مقاومات الثراء الإعلامي في محتوى حسابات المؤثرين في الوطن العربي على شبكة الإنستجرام وعلاقتها بأنماط التفاعلية"، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، العدد (25)، 2023، ص ص 1 - 43.

[57] وليد محمد الهادي. "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى الشعور بالاكتئاب والوحدة النفسية لدى الشباب المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد (79)، 2022، ص ص 1 - 47.

[58] عثمان فكري عبد الباقي. "تصورات الشباب المصري بشأن انستجرام كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات وأثر ذلك على طبيعة استخدامهم له"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد (24)، 2022، ص ص427 - 462.

[59] صفا محمود عثمان." العلاقة بين متابعة الشباب لموقع الإنستجرام وتنمية مهاراتهم الاجتماعية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد (20)، العدد (2)، 2021، ص ص 423 - 477.

[60] ميرال مصطفى عبد الفتاح." العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لتطبيق الإنستجرام"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد (20)، العدد (2)، 2021، ص ص 263 - 305.

[61] Shaohai Jiang, Annabel Ngien. "The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore", **Social Media + Society**, vol. (6), No. (2), 2020, Pp 1-10.

62) Popy Prilyantinasari, Ahmad Mulyana. "The Effect of Instagram Exposure of Hedonic Lifestyle on Dissonance Rates for Digital Native", **International Journal of English, Literature and Social Sciences**, vol. (5), Issue. (2), 2020, Pp 396-402.

63) Zoe Brown, Marika Tiggemann. "A picture is worth a thousand words: The effect of viewing celebrity Instagram images with disclaimer and body positive captions on women's body image", **Body Image**, vol. (33), Issue. (2), 2020, Pp190-198.

64) Ha Sung. "Why Social Comparison on Instagram Matters: Its impact on Depression", **KSII Transactions on Internet and Information Systems**, vol. (13), No. (3), 2019, Pp 1626-1638.

65)Samantha B Mackson, Paula M Brochu, and Barry A Schneider." Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being", **new media & society**, vol. (21), No. (10), 2019, Pp 2160-2182.

66) Ali J. Al-Kandari, Ahmed A. Al-Hunaiyyan, and Rana Al-Hajri. "The Influence of Culture on Instagram Use", **Journal of Advances in Information Technology**, vol. (7), No. (1), 2016, Pp 54-57.

67) Katerina Lup, et al. **Op.cit**, P 247.

68)https://www.searchenginejournal.com/instagram-facts/314439/, visit in 10-6-2025, in 10:20 pm.

69) هيثم جوده مؤيد. "العلاقة بين السمات الشخصية لدي المراهقين واستراتيجيات تقديم الذات عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار الدور الوسيط لتقدير الذات والرضا عن الحياة"، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، المجلد (7)، العدد (2)، 2024، ص ص1652،1653.

70) Leon Festinger. " A Theory of Social Comparison Processes", **Human Relations**, vol. (7), No. (2), 1954, P118.

71) سهام بنت محمد الصامطي، صالح بن إبراهيم الخضيري. **مرجع سابق**، ص 86.

72) Pieternel Dijkstra, Frederick X. Gibbons, and Abraham P. Buunk. "**Social comparison theory, In Social Psychological Foundations of Clinical Psychology**", Edited by James E. Maddux and June Price Tangney, (The Guilford Press, 2010), P 195.

73) Jan Crusius, Katja Corcoran, and Thomas Mussweiler. "**Social Comparison: A Review of Theory, Research, and Applications**", Second Edition, 2022, P 2.

74)Dmitri Rozgonjuk, Tracii Ryan, Joosep Kristjan Kuljus, Karin Täht, and Graham G. Scott. "Social comparison orientation mediates the relationship between neuroticism and passive Facebook use", **Cyberpsychology Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, vol. (13), No. (1), 2019, P3.

75) Thomas Ashby. "Downward Comparison Principles in Social Psychology", **Psychological Bulletin**, vol. (90), No. (2), 1981, P245.

76) مشاعل الحسين البركاتي. **مرجع سابق**، ص 209.

[77] Dmitri Rozgonjuk, et al. **Op.cit**, P3.

[78] Jack Williams Brehm. "**A theory of psychological reactance**", (New York, Academic Press, 1966), Pp1:2.

[79] Benjamin D. Rosenberg, Jason T. Siegel. "A 50-year review of psychological reactance theory: Do not read this article", **Motivation Science**, vol. (4), No. (4), 2018, P 2.

[80] زاوي سيد الشيخ. **مرجع سابق،** ص 20.

[81] حسام محمود زكي، أشرف رجب عطا. **مرجع سابق،** ص 337.

[82] زياد الصمادي. **"حل النزاعات ـ نسخة منقحة للمنظور الأردني"**، برنامج دراسات السلام الدولي جامعة السلام التابعة للأمم المتحدة، 2010، ص 14، متاح على موقع
http://tfpb.org/pic/arabic-hal-niza3at.pdf, visit in 15-7-2025, in 11:00 pm.

[83] فايز خضر. **مرجع سابق،** ص 46.

[84]Morty Bernstein, Faye Crosby. "An empirical examination of relative deprivation theory", **Journal of experimental social psychology**, vol. (16),1980, P443 .

[85]Heather J. Smith, Thomas F. Pettigrew, Gina M. Pippin, and Silvana Bialosiewicz. " Relative Deprivation: A Theoretical and Meta Analytic Review", **Personality and Social Psychology Review**, vol. (16), No. (3),2012, P 203.

[86] Simone I. Flynn. "**Relative Deprivation Theory**, **Sociology Reference Guide**", Theories of social movements, 1Ed, (California: Salem Press,2011), P101:102.

[87]Eman Alaslani. "Insta - Tweet Appeal among Saudi Women: A Uses-and gratifications Perspective", **Unpublished master thesis**, (St. Mary's University: Faculty of the Graduate School ,2019), P 3.

[88] Nicole Dion. "The Effect of Instagram on Self-Esteem and Life Satisfaction", **Honors Thesis For the Degree of Bachelor of Science in Psychology**, (Salem State University: College of Arts and Sciences, 2015), P6.

[89] حامد عبد السلام زهران. **"علم نفس النمو (الطفولة والمراهقة)"**، ط 6، (القاهرة: عالم الكتب، 2005)، ص362.

[90] فايز خضر. **مرجع سابق،** ص 10.

[91] Leon Festinger. **Op.cit**, P118.

[92] Laurel Steinfield. "Rethinking Materialism: A Question of Judgements and Enactments of Power", **Unpublished Ph. D thesis**, (University of Oxford: Green Templeton College,2016), P 1.

[93]Suzanna J. Opree, Moniek Buijzen, Eva A. van Reijmersdal, and Patti M. Valkenburg. "Development and validation of the Material Values Scale for children", **The 10th ICORIA Berlin conference**, 2011, P1.

[94] **تم الرجوع إلى الدراسات التالية:**

- صفا محمد إبراهيم. **مرجع سابق،** ص 484.

- وليد محمد الهادي." المقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي: تأثير استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي على صورتها نحو جسدها وتقديرها لذاتها"، **مرجع سابق**، ص ص 136 : 137.

-Aparna Sharma, Kavish Sanghvi, and Prathamesh Churi." The impact of Instagram on young Adult's social comparison, colourism and mental health: Indian perspective", **International Journal of Information Management Data Insights**, vol. (12), 2022, P8.

-Rehan M. Yahya, et al. **Op.cit**, Pp 142:144.

- زاوي سيد الشيخ. **مرجع سابق**، ص ص 71: 72.

- مناهل عبد الله فاضل. "التمرد النفسي والتشوهات المعرفية كمنبئين بالاكتئاب لدى طلبة الجامعة مدمني مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الكويت"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الإسكندرية: كلية التربية،2022)، ص 51 : 52.

- حسام محمود زكي، أشـــــرف رجب عطا. **مرجع سابق**، ص 361.

- صفاء عبد الزهرة، فاطمة سلمان داود. "صورة الذات العامة وعلاقتها بالتمرد النفسي لدى طلبة مرحلة الدراسة المتوسطة"، **مجلة أبحاث البصرة للعلوم الإنسانية**، المجلد (43)، العدد (1)، 2018، ص ص 45 : 47.

- هدى إبراهيم الدسوقي. **مرجع سابق**، ص ص 1591 : 1592.

-Laurel Steinfield. **Op.cit**, Pp 492: 493.

-Janos Debrecen, Agnes Hofmeister. **Op.cit**, P8

-Manisha Behal, Pavleen Soni. "The mediating role of parental mediation in the relationship between media use and materialism", **International Journal of Business Innovation and Research**, vol. (23), No. (3), 2020, Pp 296: 297.

[95] **أسماء السادة المحكمين:**

أ.د/ اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

أ.د/ إبراهيم إبراهيم أحمد أستاذ علم النفس التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة.

أ.م.د/ رشا عبد الرحيم أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة.

أ.م.د/ مروة إبراهيم الششتاوي أستاذ علم النفس التربوي والصحة النفسية المساعد بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة.

أ.م.د/ محمد محمد مطر أستاذ أصول التربية المساعد بكلية التربية - جامعة المنصورة.

د/ بسمة محمود السعدني مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة.

[96] صفا محمد إبراهيم. **مرجع سابق**، ص 473.

[97] Rehan M. Yahya, et al. **Op.cit**, P 141.

[98] https://www.youm7.com/story/2024/8/23/%D8%A3%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9%85-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D9%86%D8%B3%D8%A8-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%89-%D9%85%D8%B5%D8%B1-2024/6683628, visit in 19-6-2025, in 12:10 pm.

[99] Ali J. Al-Kandari, et al. **Op.cit**, P 54.

[100] عثمان فكري عبد الباقي. **مرجع سابق،** ص441.

[101] ميرال مصطفى. **مرجع سابق،** ص285.

[102] الجوهرة المطيري، هاله بن علي برناط. **مرجع سابق،** ص 151.

[103] عثمان فكري عبد الباقي. **مرجع سابق،** ص444.

[104] الجوهرة المطيري، هاله بن علي برناط. **مرجع سابق،** ص 154.

[105] صفا محمود عثمان. **مرجع سابق،** ص 444.

[106] صفا محمد إبراهيم. **مرجع سابق،** ص ص 484 :485.

[107] فايز خضر. **مرجع سابق،** ص 110.

[108] صفا محمد إبراهيم. **مرجع سابق،** ص 491.

[109] Ha Sung. **Op.cit**, P1626.

[110] Tahir Islam, et al. **Op.cit**, P19.

[111] Haoyue Yuan. "Effects of Social Media on Teenagers' Mental Health", **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, vol.(653), 2022, P 1069.

[112] وليد محمد الهادي. "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى الشعور بالاكتئاب والوحدة النفسية لدى الشباب المصري"، **مرجع سابق،** ص 37.

[113] Katerina Lup, et al. **Op.cit**, P 247.

[114] حسام محمود زكي أشـــــرف رجب عطا. **مرجع سابق،** ص 397.

[115] Anna Maria Zawadzka, et al. **Op.cit**, P 330.

[116] Alanna Zhang, Jamie Kennedy. **Op.cit**, Pp 13: 14.

[117] Manisha Behal, Pavleen Soni. "Media Use and Materialism: A Comparative Study of Impact of Television Exposure and Internet Indulgence on Young Adults", **Op.cit**, P247.

[118] حسناء سعد منصور. **مرجع سابق،** ص 137.

[119] إلهام فاضل. **مرجع سابق،** ص 480.

[120] عبد المحسن. **مرجع سابق،** ص 236.

[121] فايز خضر. **مرجع سابق،** ص 122.

[122] حنان بنت محمد أمين. **مرجع سابق،** ص 227.

[123] Ivana Ondrijova. **Op.cit**, P 138.

[124] هدى إبراهيم الدسوقي. **مرجع سابق،** ص 1602.

[125] Tahir Islam, et al. **Op.cit**, P 19.

[126] Kara Chan, Gerard P Prendergast. "Social comparison, imitation of celebrity models and materialism among Chinese youth", **Op.cit**, P 799.

[127] Lara Schreurs, et al. **Op.cit**, P 28221.

Refrences

Simon Kemp. "**Digital 2024: 5 billion social media users**", 2024, Available on the website ,https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/, visit in 10-1-2025, in 10:00 pm

- Desirée Schmuck, Kathrin Karsay, Jörg Matthes, and Anja Stevic. "Looking Up and Feeling Down :The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users", **Telematics and Informatics**, vol. (42), 2019, P2.

-Erin A. Vogel, Jason P. Rose, Lindsay R. Roberts, and Katheryn Eckles. "Social Comparison, social media, and Self-Esteem", **Psychology of Popular Media Culture**, vol. (3), No. (4), 2014, P 207.

-Al-Sabab, A. (2011). "qyas altamarud alnafsii eind talbat maehad 'iiedad almuealimina", majalat jamieat Samara', 27(2).

-Abu Hadrous, Y. (2010). "taqnin miqyas altamarud alnafsii ladaa almurahiqin ealaa albiyat alfilastiniati", majalat aleulum altarbawiat walnafsiati, 3(2).

127) Andika Bramastha, Panca Kursistin, and dan Ria Wiyatfi. "Gambaran Social Comparison Pengguna Fitur Instastory pada Aplikasi Instagram di Kalangan Mahasiswa", **Jurnal Psikologi**, vol. (1), No. (2), 2024, Pp 1-9.

Vidyawati. "Exploring the Relationship Between Instagram Use and Body Image Issues Among Teenagers", **Mahogany Journal De Social**, vol. (1), Issue. (2), 2024, Pp 65-70.

-) Raphael Aubry, Alain Quiamzade, and Laurenz L. Meier. "Depressive symptoms and upward social comparisons during Instagram use: A vicious circle", **Personality and Individual Differences**, vol. (217), 2024, Pp 1-11.

-) Nila Audini Oktavia, IGAA Noviekayati, and Dyan Evita Santi. "The Impact of Social Media Intensity on Body Dissatisfaction as Mediated by Social Comparison", **Sinergi International Journal of Psychology**, vol. (1), Issue. (3), 2023, Pp 131-141.

- Alhadi, W. (2023). "almuqaranat aliajtimaeiat ealaa mawaqie altawasul aliajtimaeii: tathir astikhdam almar'at almisriat limawaqie altawasul aliajtimaeii ealaa suratiha nahw jasadiha wataqdiriha lidhatiha", almajalat Almisriat libuhuth al'iielami, 84(2). 89 - 159.

Rehan M. Yahya, Dilan Ciftci, and Aytekin İŞMAN. "The Relationship between Social Media Exposure and Social Comparison Level: Instagram as a Model", **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, vol. (22), Issue. (2), 2023, Pp 131-149.

Lara Schreurs, Adrian Meier, and Laura Vandenbosch. "Exposure to the Positivity Bias and Adolescents' Differential Longitudinal Links with Social Comparison, Inspiration and Envy Depending on Social Media Literacy", **Current Psychology**, vol. (42), No. (32),2023, Pp 28221-28241.

Laura Villanueva-Moya, M. Carmen Herrera, M. Dolores Sanchez-Hern andez, and Francisca Expósito. "#Instacomparison: Social Comparison and Envy as Correlates

of Exposure to Instagram and Cyberbullying Perpetration", **Psychological Reports**, vol. (126), No. (3), 2022, Pp 1284-1304.
- 'Ibrahim, S. (2021). "tathir astikhdam alshabab litatbiq al'iinistijram ealaa mustawaa almuqaranat aliajtimaeiat ladayhim", almajalat alearabiat libuhuth alaelam waliatisali, 34 (2), 456 - 510.
-Al-Samti, S. (2021). "alsuwrat alnamatiat almutadawalat lilmujtamae alsaeudii ean tariq almuqaranat aliajtimaeiat mae almujtamaeat al'ukhraa", majalat aleulum al'iinsaniati, 12 (5), 79 - 101.
- Mansur, H. (2021). "alealaqat bayn tasafuh suar mawaqie altawasul aliaijtimaeii walmuqaranat aliajtimaeiat ladaa almutasafihin alsueudiiyna", almajalat alearabiat lil'iielam waliatisali, 27 (2), 95 - 146.
Delia Cristina, Dorin Spoaller. "How Social Comparison on Instagram Affects Well-Being", **Perspectives from a Study Conducted During the Lockdown**, vol. (65), No. (2), 2020, Pp 5-19 .
M. Scully, Lorraine Swords, and Elizabeth Nixon. "Social comparisons on social media: online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls", **Irish Journal of Psychological Medicine**, vol. (40), No. (1), 2020, Pp 1-12.
- Albarkati, M. (2019). "almuqaranat aliaijtimaeiat ealaa mawaqie altawasul aliajtimaeii waealaqatiha bi'aerad alaiktiaab ladaa eayinat min alfatayat bialmintaqat algharbiat bialmamlakat alearabiat alsueudiati", majalat al'iirshad alnafsi, 58 (2), 205 - 224.
Katerina Lup, Leora Trub, and Lisa Rosenthal. "instagram #Instasad?: Exploring Associations Among Instagram Use, Depressive Symptoms, Negative Social Comparison, and Strangers Followed", **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, vol. (18), No. (5), 2015, Pp 247- 252.
-Al-Sayed, H. (2025). "barnamaj arshadiun qayim ealaa maharat altafkir al'iijabii fi khafd hidat altamarud alnafsii ladaa eayinat min almurahiqina", majalat albahth aleilmii fi altarbiati, 4(2). 1: 37.
- Amin, H. (2023). "al'iidha' alsaybiraniu eabr minasaat altawasul aliaijtimaeii kamuashir tanbiiy liltamarud alnafsii alsalbii walhashashat alnafsiat ladaa talbat jamieat 'um alquraa", majalat aljamieat al'iislamiat lildirasat altarbawiat walnafsiati, 5(2). 205 -234.
Mohammed Y. Haggag. "Effects of demographic variables on rebellion and psychological status of football players", **Journal of Sport Sciences and Physical Education**, vol. (13), No. (1), 2023, Pp 21-31.
Ying Wang. "The Rebellious Psychology of College Students Based on Psychological Needs in Ideological Education and Its Correction", **3rd Annual Conference of Education, Teaching and Learning**, 2022, Pp 101-106.
-Mawloud, K. (2022)." altamarud alnafsiu waealaqatuh bisuluk aleunf ladaa talabih maehad eulum watiqniaat alnashatat albadaniati, majalat aleulum al'iinsaniati, 2(3). 345 - 353.

-Abbas, E. (2021). "'uhadiat - taeadudiat alruwyat waealaqatiha bialtamarud alnafsii wasimat alshakhsiat ladaa talabat aljamieati", majalat albuhuth altarbawiat walnafsiati, 68(2). 451 - 488.
- Alshaykh, Z. (2020). "altamarud alnafsii waealaqatuh bisuluk aleunf ladaa talbat maehad eulum watiqniaat alnashatat albadaniati", risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Kasdi Merbah Wariqlata: maehad eulum watiqniaat alnashatat albadaniat walriyadiati, 2020).
-Asaf, N. (2020). "qyas mustawaa altamarud alnafsii fi almadaris althaanawiat min wijhat nazar almadarisina", majalat jamieat Babli, 3(1). 240 - 258.
Maha Abdel, Omar Abdel. "Characteristics of rebellious adolescent student drawings", **International Journal of Innovation, Creativity and Change**, vol. (8), Issue. (10), 2019, Pp 343-358.
-Ahmed, A. (2019). "mumarasat 'anshitat al'iielam almadrasii waltamarud alnafsii ladaa almurahiqina", almajalat alearabiat libuhuth al'iielam waliatisali, 26(1). 216 - 240.
-Nabar, R. (2018)."mustawaa altamarud alnafsii ladaa talabat aljamieati", majalat albahith fi aleulum al'iinsaniat waliajtimaeiati, 35(2). 919 - 930.
Thomashley S. Ganiron, Prinnah Fajardo, Paul Andrei, and Mervin Barcelona. "Evaluating the Factors Affecting High School Student Rebellion", **The Scientific World Journal**, 2017, Pp 158-176.
- Zaki, H. (2014). 'ashraf rajab euta." muqawimat al'iighra' waltamarud alnafsii lilmurahiqin waealaqatihima bitaearudihim lilmusalsalat al'ajnabiat almudablajat fi alqanawat alfadayiyat Almisriati", majalat kuliyat altarbiati, 2(3), 321 - 407.
-Bashir, F. (2012)." altamrud waealaqatuh bi'usalib almueamalat alwaldin ladaa talbat jamieit Al'azhar bighazata", risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Al'azhar bi Gaza: kuliyat altarbiati).
- Zidan, N. (2007) " qias altamarud alnafsii ladaa talabat almarhalat al'iiedadiati", majalat altarbiat waleilmi, 3 (3), 302 -318.
Ivana Ondrijova. "Gender and Age Differences in Consumer Materialism", **Technium Business and Management**, vol. (10), 2024, Pp138-144.
Arif Jameel, Sania Khan, Wadi B Alonazi, and Ali Ahmed Khan. "Exploring the Impact of Social Media Sites on Compulsive Shopping Behavior: The Mediating Role of Materialism", **Psychology Research and Behavior Management**, vol. (17), 2024, Pp171-185.
-Al-Dessouki, H. (2023)." taerad al'atfal almisriiyn li'iielanat almuathirin eabr shabakat altawasul aliajtimaeii waealaqatih bimustawaa altatalueat almadiyat ladayhim", majalat albuhuth al'iielamiati, 66(2). 1547 - 1612.
Daniel Tan Lei Shek, Kim Hung Leung, Diya Dou, and Xiaoqin Zhu. "Impact of Family Functioning on Adolescent Materialism and Egocentrism in Mainland China: Positive Youth Development Attributes as a Mediator", **International Journal of Environmental Research and Public Health**, vol. (19), No. (17), 2022, Pp1-20.
Anna Maria, Agnes Nairn, Tina M Lowrey, Liselot Hudders, Aysen Bakir, Andrew Rogers, Verolien Cauberghe, Elodie Gentina, Hua Li, and Fiona Spotswood. "Can

the youth materialism scale be used across different countries and cultures?" , **International Journal of Market Research**, vol. (63), No. (3), 2021, Pp 317-334.
Monali Neve, Rahul Trivedi. "Materialism and Media Usage: To study the role of media in increasing materialism among youths with special reference to social media exposure", **International Journal of Advanced Science and Technology**, vol. (290), No. (8s), 2020, Pp 2431-2436.
Alanna Zhang, Jamie Kennedy. "I Want It, Too: A Correlational Study on the Link Between Youth Celebrity Idolization and Materialism", **Journal of Student Research**, vol. (9), Issue. (2), 2020, Pp 1-21.
Janos Debrecen, Agnes Hofmeister. "Materialism among teenagers, the relationship between terminal values and social media use", **International journal of multidisciplinarity in business and science**, vol. (4), No. (5), 2018, Pp 5-12.
Manisha Behal, Pavleen Soni. "Media Use and Materialism: A Comparative Study of Impact of Television Exposure and Internet Indulgence on Young Adults", **Management and Labour Studies**, vol. (43), Issue. (4), 2018, Pp 247-262.
- Belhaj, T. (2017)." al'iielan wadawrih fi taeziz alqiam almadiyat watakhfid alrida ean alhayaati: dirasat ealaa eayinat min tulaab aljamieat bi Aljazayr", majalat milaf lilbuhuth waldirasati, 1(2), 5-38.
Tahir Islam, Zaryab Sheikh, Zahid Hameed, Ikram Ullah Khan, and Rauf I. "Azam. Social comparison, materialism, and compulsive buying based on stimulusresponse model: a comparative study among adolescents and young adults", **Young Consumers Insight and Ideas for Responsible Marketers**, vol. (19), No. (1), 2018, Pp 19 - 37.
Suzanna Johanna Opree, Rinaldo Kühne. "Generation Me in the Spotlight: Linking Reality TV to Materialism, Entitlement, and Narcissism", **Mass Communication and Society**, vol. (19), Issue. (6), 2016, Pp 800-819.
Lisbeth Ku. "Development of Materialism in Adolescence: The Longitudinal Role of Life Satisfaction Among Chinese Youths", **Social Indicators Research**, vol. (124), Issue. (1), 2015, Pp 231-247.
Carrie La Ferle, Kara Chan. "Determinants for materialism among adolescents in Singapore", **Young Consumers Insight and Ideas for Responsible Marketers** ,vol. (9), No. (3), 2008, Pp 201-214.
Kara Chan, Gerard P Prendergast. "Social comparison, imitation of celebrity models and materialism among Chinese youth", **International Journal of Advertising**, vol. (27), No. (5), 2008, Pp 799-826.
Kara Chan, Gerard Prendergast. "Materialism and Social Comparison among Adolescents", **Social Behavior and Personality an International Journal**, vol. (35), No. (2), 2007, Pp 213-228.
Bettina F. Piko. "Satisfaction with Life, Psychosocial Health and Materialism among Hungarian Youth", **Journal of Health Psychology**, vol. (11), No. (6), Pp 827-831.
- Muhammadm O. (2024). " wasayil altawasul aliajtimaeii waealaqatiha bitajmil aliadtirabat alnafsiat - 'iinistijram nmwdhjan", majalat albuhuth al'iielamiati, 70 (2), 1199 - 1262.

-Al-Mutairi, A. (2024)." aistikhdamat alsaeudiiyn liminasaat altawasul aliajtimaeii: al'iinistijram nmwdhjan", almajalat alearabiat lil'iielam waliatisali, 37 (2), 127 - 166.
- Muhammad, H. (2023)" muqawamat althara' al'iielamii fi muhtawaa hisabat almuathirin fi alwatan alearabii ealaa shabakat al'iinistijram waealaqatiha bi'anmat altafaeuliati", almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, 25 (2), 1 - 43.
- Alhadi, W. (2022). "astikhdamat mawaqie altawasul aliajtimaeii waealaqatiha bimustawaa alshueur bialiaktiaab walwahdat alnafsiat ladaa alshabab almisrii", almajalat almisriat libuhuth al'iielami, 79 (3), 1 - 47.
-Abdel-Baqi, O. (2022). "tasawurat alshabab almisrii bishan ainistijram kamasdar lilhusul ealaa al'akhbar walmaelumat wa'athar dhalik ealaa tabieat aistikhdamihim lihi", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 24(1).
-Othman, S. (2021)." alealaqat bayn mutabaeat alshabab limawqie al'iinistijram watanmiat maharatihim aliajtimaeiati", almajalat Almisriat libuhuth alraay aleami, 2(4). 423 - 477.
-Abdel Fattah, M. (2021)." aleawamil alkhamsat alkubraa lilshakhsiat waealaqatiha biaistikhdam aljumhur almisrii litatbiq al'iinistijrami", almajalat Almisria libuhuth alraay aleami, 2(4). 263 - 305.
Shaohai Jiang, Annabel Ngien. "The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore", **Social Media + Society**, vol. (6), No. (2), 2020, Pp 1-10.
Popy Prilyantinasari, Ahmad Mulyana. "The Effect of Instagram Exposure of Hedonic Lifestyle on Dissonance Rates for Digital Native", **International Journal of English, Literature and Social Sciences**, vol. (5), Issue. (2), 2020, Pp 396-402.
Zoe Brown, Marika Tiggemann. "A picture is worth a thousand words: The effect of viewing celebrity Instagram images with disclaimer and body positive captions on women's body image", **Body Image**, vol. (33), Issue. (2), 2020, Pp190-198.
Ha Sung. "Why Social Comparison on Instagram Matters: Its impact on Depression", **KSII Transactions on Internet and Information Systems**, vol. (13), No. (3), 2019, Pp 1626-1638.
Samantha B Mackson, Paula M Brochu, and Barry A Schneider." Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being", **new media & society**, vol. (21), No. (10), 2019, Pp 2160-2182.
Ali J. Al-Kandari, Ahmed A. Al-Hunaiyyan, and Rana Al-Hajri. "The Influence of Culture on Instagram Use", **Journal of Advances in Information Technology**, vol. (7), No. (1), 2016, Pp 54-57.
https://www.searchenginejournal.com/instagram-facts/314439/, visit in 10-6-2025, in 10:20 pm.
-Mu'ayyad, H. (2024). "alealaqat bayn alsimat alshakhsiat ladaya almurahiqin wastiratijiaat taqdim aldhaat eabr minasaat altawasul alaijtimaeii: dirasatan fi 'iitar aldawr alwasit litaqdir aldhaat walrida ean alhayaati", almajalat Almisria libuhuth alaitisal aljamahiri, 2(3).1653,1652.
Leon Festinger. " A Theory of Social Comparison Processes", **Human Relations**, vol. (7), No. (2), 1954, P118.

Pieternel Dijkstra, Frederick X. Gibbons, and Abraham P. Buunk. "**Social comparison theory, In Social Psychological Foundations of Clinical Psychology**", Edited by James E. Maddux and June Price Tangney, (The Guilford Press, 2010), P 195.
Jan Crusius, Katja Corcoran, and Thomas Mussweiler. "**Social Comparison: A Review of Theory, Research, and Applications**", Second Edition, 2022, P 2.
Dmitri Rozgonjuk, Tracii Ryan, Joosep Kristjan Kuljus, Karin Täht, and Graham G. Scott. "Social comparison orientation mediates the relationship between neuroticism and passive Facebook use", **Cyberpsychology Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, vol. (13), No. (1), 2019, P3.
Thomas Ashby. "Downward Comparison Principles in Social Psychology", **Psychological Bulletin**, vol. (90), No. (2), 1981, P245.
Jack Williams Brehm. "**A theory of psychological reactance**", (New York, Academic Press, 1966), Pp1:2.
Benjamin D. Rosenberg, Jason T. Siegel. "A 50-year review of psychological reactance theory: Do not read this article", **Motivation Science**, vol. (4), No. (4), 2018, P 2.
http://tfpb.org/pic/arabic-hal-niza3at.pdf, visit in 15-7-2025, in 11:00 pm.
Morty Bernstein, Faye Crosby. "An empirical examination of relative deprivation theory", **Journal of experimental social psychology**, vol. (16),1980, P443 .
Heather J. Smith, Thomas F. Pettigrew, Gina M. Pippin, and Silvana Bialosiewicz. " Relative Deprivation: A Theoretical and Meta Analytic Review", **Personality and Social Psychology Review**, vol. (16), No. (3),2012, P 203.
Simone I. Flynn. "**Relative Deprivation Theory**, **Sociology Reference Guide**", Theories of social movements, 1Ed, (California: Salem Press,2011), P101:102.
Eman Alaslani. "Insta - Tweet Appeal among Saudi Women: A Uses-and gratifications Perspective", **Unpublished master thesis**, (St. Mary's University: Faculty of the Graduate School ,2019), P 3.
Nicole Dion. "The Effect of Instagram on Self-Esteem and Life Satisfaction", **Honors Thesis For the Degree of Bachelor of Science in Psychology**, (Salem State University: College of Arts and Sciences, 2015), P6.
- Zahran, H. (2005). "ealam nafs alnumui (altufulat walmurahaqati)" Alqahira, t 6, (Alam alkutub).
Laurel Steinfield. "Rethinking Materialism: A Question of Judgements and Enactments of Power", **Unpublished Ph. D thesis**, (University of Oxford: Green Templeton College,2016), P 1.
Suzanna J. Opree, Moniek Buijzen, Eva A. van Reijmersdal, and Patti M. Valkenburg. "Development and validation of the Material Values Scale for children", **The 10th ICORIA Berlin conference**, 2011, P1.
-Aparna Sharma, Kavish Sanghvi, and Prathamesh Churi." The impact of Instagram on young Adult's social comparison, colourism and mental health: Indian perspective", **International Journal of Information Management Data Insights**, vol. (12), 2022, P8.

- Fadili, M. (2022). "altamarud alnafsii waltashawuhat almaerifiat kamunabiyiyn bialaiktiaab ladaa talabat aljamieat mudmini mawaqie altawasul alaijtimaeii fi dawlat alkuayti", risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Al'iiskandaria: kuliyat altarbiati.
- Abdul Zahr, S., Dawud, F. (2018). "surat aldhaat aleamat waealaqatuha bialtamarud alnafsii ladaa talbat marhalat aldirasat almutawasitati", majalat 'abhath albasrat lileulum al'iinsaniati, 1(2). 45 : 47.
-Manisha Behal, Pavleen Soni. "The mediating role of parental mediation in the relationship between media use and materialism", **International Journal of Business Innovation and Research**, vol. (23), No. (3), 2020, Pp 296: 297.
https://www.youm7.com/story/2024/8/23/%D8%A3%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9%85-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D9%86%D8%B3%D8%A8-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%89-%D9%85%D8%B5%D8%B1-2024/6683628, visit in 19-6-2025, in 12:10 pm.
Haoyue Yuan. "Effects of Social Media on Teenagers' Mental Health", **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, vol.(653), 2022, P 1069.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud
President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin
Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 76 October 2025 - part 3

Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.