



The Moderating Role of Internalization of Appearance Ideals and Body Dissatisfaction in the Relationship between Social Media Use and Social–Physical Anxiety among Female University Students

Farnaz Karbalaie Hassan^{*1}, Sharareh Tafazoli Aghvami²

¹ M.Sc. in Clinical Psychology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

² Assistant Professor, Department of Clinical Psychology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

* **Corresponding author:** farnazkarbalaie2020@gmail.com

Received: 2026-02-26

Accepted: 2006-03-16

Publication: 2026-03-20

Abstract

the present study aimed to examine the moderating role of internalization of appearance ideals and body dissatisfaction in the relationship between social media use and social–physical anxiety among female university students in Tehran. The study population comprised all female students enrolled in Islamic Azad University campuses in Tehran in 2024. Based on Cochran's formula, a total of 384 female students from the Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, were selected using purposive sampling. To assess the study variables, the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (Thompson et al., 2000), the Body Image Concern Questionnaire (Littleton et al., 2005), the Social Networks and Media Questionnaire (Jahani, 2018), and the Social–Physical Anxiety Scale (Hart et al., 2008) were employed. Data were analyzed using Pearson correlation and hierarchical moderation regression in SPSS version 27. The findings indicated significant positive correlations between social media use and social–physical anxiety, as well as between social media use and both internalization of appearance ideals and body dissatisfaction ($p < 0.01$). Furthermore, internalization of appearance ideals and body dissatisfaction were found to moderate the relationship between social media use and social–physical anxiety ($p < 0.01$). These results suggest that the relationship between social media use and social–physical anxiety is not a simple linear association and that internalization of appearance ideals and body dissatisfaction can influence this relationship.

Keywords: Internalization of appearance ideals, Body dissatisfaction, Social media use, Social & ndash, Physical anxiety

© 2019 Journal of New Approach to Children's Education (JNACE)



This work is published under CC BY-NC 4.0 license.

© 2022 The Authors.

How to Cite This Article: Karbalaie Hassan, F & Tafazoli Aghvami, Sh. (2026). The Moderating Role of Internalization of Appearance Ideals and Body Dissatisfaction in the Relationship between Social Media Use and Social–Physical Anxiety among Female University Students. *JNACE*, 7(4): 250-258.





بررسی نقش تعدیل کننده درونی سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن در رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی - اجتماعی در دختران دانشجو

فرناز کربلایی حسن^{۱*}، شراره تفضلی اقوامی^۲

^۱ کارشناس ارشد روانشناسی بالینی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ استادیار گروه روان شناسی بالینی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

* نویسنده مسئول: farnazkarbalaie2020@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۱۲/۰۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۱۲/۲۵ تاریخ چاپ مقاله: ۱۴۰۴/۱۲/۲۹

چکیده

پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش تعدیل کننده درونی سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن در رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی در دختران دانشجو شهر تهران انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دختران دانشجوی دانشگاه‌های آزاد اسلامی واقع در شهر تهران در سال ۱۴۰۳ تشکیل دادند. برای انتخاب نمونه از جامعه هدف پژوهش، براساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر از دختران دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. جهت سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه بازخوردهای اجتماعی-فرهنگی نسبت به ظاهر (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۰)، پرسشنامه نگرانی از تصویر بدن (لیتلتنون و همکاران، ۲۰۰۵)، پرسشنامه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی (جهانبانی، ۱۳۹۷) و مقیاس اضطراب بدنی-اجتماعی (هارت و همکاران، ۲۰۰۸) استفاده شد. داده‌های به دست آمده، به روش همبستگی پیرسون و رگرسیون تعدیلی سلسله‌مراتبی و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۷ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی و همچنین بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی با درونی سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن دختران دانشجو رابطه معناداری وجود دارد ($p > 0/01$). همچنین یافته‌ها بیانگر آن بود که درونی سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن در رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی در دختران دانشجو نقش تعدیل کننده دارند ($p > 0/01$). براساس یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی یک رابطه خطی ساده نیست و درونی سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن می‌توانند این رابطه را تحت تأثیر قرار دهند.

واژگان کلیدی: درونی سازی ایده‌آل‌های ظاهری، نارضایتی از تصویر بدن، استفاده از رسانه‌های اجتماعی، اضطراب بدنی-اجتماعی

تمامی حقوق نشر برای فصلنامه رویکردی نو بر آموزش کودکان محفوظ است.

شيوه استناد به این مقاله: کربلایی حسن، فرناز؛ تفضلی اقوامی، شراره. (۱۴۰۴). بررسی نقش تعدیل کننده درونی سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن در رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی در دختران دانشجو. فصلنامه رویکردی نو بر آموزش کودکان، ۷(۴): ۲۵۸-۲۵۰.

مقدمه

به‌خصوص در میان جوانان و دانشجویان تبدیل شده‌اند. آمارها حاکی از آن است که ضریب نفوذ این رسانه‌ها در دهه اخیر رشدی فزاینده داشته و پیش‌بینی می‌شود تعداد کاربران جهانی تا

در عصر حاضر، زیست‌بوم دیجیتال و به‌ویژه پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، به بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره،

نظریه کاشت نیز بیان می‌کند که قرارگیری مکرر در معرض تصاویر ویرایش‌شده و غیرواقعی در رسانه‌ها، باعث می‌شود کاربران این تصاویر را به عنوان واقعیت پذیرفته و درونی سازند (Wang, Geng, Chu & Lei, 2022).

زمانی که ایده‌آل‌های غیرواقعی رسانه‌ای درونی می‌شوند، هرگونه انحراف از این استانداردها می‌تواند منجر به «نارضایتی از تصویر بدن» گردد (Grogan, 2021). نارضایتی از بدن، ارزیابی ذهنی منفی فرد از کل بدن یا اجزای خاص آن است که تحت تأثیر فشارهای بیرونی شکل می‌گیرد (Jiotsa, Naccache, Duval, Rocher & Grall-Bronnec, 2021). بر اساس نظریه تضاد خویشتن، فاصله بین خود واقعی و خود ایده‌آل (تحت تأثیر رسانه) می‌تواند منجر به پریشانی روانی و اجتناب از تعاملات اجتماعی شود (Jung, Barron, Lee & Swami, 2022). افرادی که نارضایتی از تصویر بدن را تجربه می‌کنند، حساسیت بیشتری به طرد اجتماعی دارند و برای محافظت از خود در برابر ارزیابی‌های منفی، به رفتارهای اجتنابی روی می‌آورند که این امر هم‌پوشانی زیادی با علائم اضطراب اجتماعی دارد (Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023).

علی‌رغم حجم قابل توجه پژوهش‌ها در زمینه تأثیر رسانه‌ها بر تصویر بدن، خلأ دانشی آشکاری در خصوص نقش تعدیل‌گر همزمان «درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری» و «نارضایتی از تصویر بدن» در رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی وجود دارد. اکثر مطالعات پیشین بر روابط مستقیم یا نقش میانجی‌گر این متغیرها تمرکز داشته‌اند و کمتر به این نکته پرداخته‌اند که چگونه شدت درونی‌سازی و نارضایتی می‌تواند شدت تأثیرپذیری فرد از رسانه‌ها را تعدیل کند. این موضوع به‌ویژه در جامعه دانشجویان دختر که در دوره‌ای حساس از رشد هویت قرار دارند و به‌طور گسترده از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Liu, Guo, Zhang & Gao, 2022).

با توجه به پیامدهای منفی اضطراب بدنی-اجتماعی، از جمله اختلال در عملکرد تحصیلی و اجتماعی، کاهش عزت‌نفس، و گرایش به رفتارهای ناسالم نظیر اختلالات خوردن یا جراحی‌های زیبایی غیرضروری، شناسایی مکانیسم‌های دقیق تأثیرگذار ضروری به نظر می‌رسد. درک اینکه تحت چه شرایطی (سطوح بالای درونی‌سازی یا نارضایتی)، استفاده از رسانه‌های اجتماعی به اضطراب بدنی-اجتماعی منجر می‌شود، می‌تواند راهگشای طراحی مداخلات پیشگیرانه و درمانی مبتنی بر سواد رسانه‌ای باشد. لذا پژوهش حاضر با هدف پر کردن این خلأ علمی، به بررسی نقش تعدیل‌کننده درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر

سال ۲۰۲۷ به مرز شش میلیارد نفر نزدیک شود (Hocking, & Gondoli, 2023). رسانه‌های اجتماعی با فراهم آوردن بستری برای اشتراک‌گذاری محتوا، تعامل و ایجاد پروفایل‌های شخصی، نه تنها الگوهای ارتباطی را دگرگون کرده‌اند، بلکه تأثیرات عمیقی بر سلامت روان و ادراک افراد از خود بر جای گذاشته‌اند (van Eldik, Kneer & Jansz, 2019). در این میان، ماهیت بصری و مبتنی بر تصویر پلتفرم‌هایی نظیر اینستاگرام، زمینه‌ای را برای تمرکز افراطی بر ظاهر فیزیکی و مقایسه‌های اجتماعی فراهم می‌سازد که می‌تواند پیامدهای روان‌شناختی خاصی را به دنبال داشته باشد.

یکی از پیامدهای نگران‌کننده استفاده از رسانه‌های اجتماعی، ظهور و تشدید اضطراب بدنی-اجتماعی^۱ است. این سازه که زیرمجموعه‌ای از اضطراب اجتماعی محسوب می‌شود، به ترس فرد از ارزیابی منفی دیگران نسبت به اندام و ظاهر فیزیکی‌اش اشاره دارد (Hart, Flora, Palyo, Fresco, Holle, & Heimberg, 2008). پژوهش‌های اخیر همبستگی مثبت و معناداری را بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سطوح اضطراب بدنی-اجتماعی تأیید کرده‌اند (Seekis, Bradley & Duffy, 2020; Scully, Swords & Nixon, 2023). مکانیسم زیربنایی این رابطه را می‌توان در نظریه مقایسه اجتماعی جستجو کرد؛ کاربران اغلب بهترین نسخه خود را در فضای مجازی به نمایش می‌گذارند و این امر باعث می‌شود سایرین درگیر مقایسه‌های اجتماعی بالا به پایین شوند (Zucchelli, Donnelly, Williamson & Hooper, 2018). غوطه‌وری در این فضا و مواجهه با ادراکات اجتماعی منفی درباره وزن و شکل بدن، احساس شرم و نگرانی از قضاوت شدن را در افراد تشدید می‌کند (Taylor-Jackson & Moustafa, 2021).

با این حال، شواهد پژوهشی نشان می‌دهند که رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی، رابطه‌ای خطی و ساده نیست و متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر متعددی در این مسیر نقش ایفا می‌کنند. بر اساس «مدل تأثیر سه‌جانبه»، فشارهای محیطی (از جمله رسانه‌ها) از طریق فرآیندهای روان‌شناختی نظیر درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری^۲ و مقایسه اجتماعی^۳، بر نارضایتی از بدن^۴ و پیامدهای آن تأثیر می‌گذارند (Thompson, Heinberg, Altabe & Tantleef-, 1999). درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری به عنوان یک ساختار چندوجهی، عبارت است از پذیرش استانداردهای اجتماعی زیبایی به عنوان معیارهای شخصی و تلاش برای انطباق با آن‌ها (Thompson, Van den Berg, Keery, & Williams, Shroff, Haselhuhn, & Broughs, 2000).

بدن در رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی در دختران دانشجو می‌پردازد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش تعدیل‌کننده درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن در رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی در دختران دانشجوی شهر تهران انجام شد. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-همبستگی بود و روابط بین متغیرها از طریق ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون تعدیلی سلسله‌مراتبی بررسی شد. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دختر دانشگاه‌های آزاد اسلامی شهر تهران در سال تحصیلی ۱۴۰۳ در دامنه سنی ۱۸ تا ۲۵ سال بود. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شد و شرکت‌کنندگان از میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ملاک‌های ورود به پژوهش شامل تمایل و ارائه رضایت آگاهانه برای شرکت در مطالعه، جنسیت زن، اشتغال به تحصیل در مقطع کارشناسی، سن بین ۱۸ تا ۲۵ سال، سکونت در شهر تهران و عدم ابتلا به اختلالات روانی بر اساس خوداظهاری بود. همچنین، پرسشنامه‌های ناقص و مواردی که در زمان اجرای پژوهش تحت درمان‌های دارویی یا روان‌شناختی قرار داشتند، از مطالعه حذف شدند.

ابزارهای پژوهش

پرسشنامه بازخوردهای اجتماعی-فرهنگی نسبت به ظاهر

این پرسشنامه توسط Thompson et al (2000) تدوین شده و شامل ۳۰ ماده است که نگرش‌ها و بازخوردهای اجتماعی-فرهنگی مرتبط با ظاهر و درونی‌سازی ایده‌آل‌های اجتماعی را می‌سنجد. این ابزار دارای سه خرده‌مقیاس فشار (۷ ماده)، اهمیت (۹ ماده) و درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری (۱۴ ماده) است. پاسخ‌ها بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) نمره‌گذاری می‌شوند. در پژوهش حاضر از خرده‌مقیاس درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری استفاده شد. سازندگان پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ کل مقیاس را ۰/۹۴ و برای خرده‌مقیاس‌های درونی‌سازی، فشار و اهمیت به ترتیب ۰/۹۶، ۰/۹۲ و ۰/۹۶ گزارش کرده‌اند. روایی همگرا از طریق همبستگی با سیاهه اختلال خوردن تأیید شده است. در ایران، محمدپناه اردکان، باباپورخیرالدین و یوسفی (۱۳۹۳) آلفای

کرونباخ کل را ۰/۸۱ گزارش کرده و ساختار عاملی آن را با تحلیل مؤلفه‌های اصلی تأیید کرده‌اند.

پرسشنامه نگرانی از تصویر بدن

پرسشنامه نگرانی از تصویر بدن توسط Littleton, Axsom & Pury (2005) طراحی شده و شامل ۱۹ ماده است که میزان نگرانی و نارضایتی فرد از ظاهر خود را می‌سنجد. پاسخ‌دهی بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت از هرگز (۱) تا همیشه (۵) انجام می‌شود. دامنه نمرات بین ۱۹ تا ۹۵ است و نمره بالاتر نشان‌دهنده نارضایتی بیشتر از تصویر بدن است. (Littleton et al (2005) اعتبار این پرسشنامه را به روش همسانی درونی بررسی نموده و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳ بدست آمده است. در ایران محمدی و سجادی‌نژاد (۱۳۸۶) روایی پرسشنامه در ۲۰۹ نفر از دانش‌آموزان دختر دبیرستانهای شهر شیراز به دو شیوه دو نیمه‌سازی و همسانی درونی سنجیده شد و به ترتیب ضرایب ۰/۶۶ و ۰/۸۴ بدست آمد. در پژوهش رسولی مهین (۱۳۹۹) همسانی درونی با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۹ بدست آمد.

پرسشنامه شبک‌ها و رسانه‌های اجتماعی

این پرسشنامه توسط جهانبانی (۱۳۹۷) تدوین شده و شامل ۱۹ سؤال است که میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی را می‌سنجد. پاسخ‌ها بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) نمره‌گذاری می‌شوند. دامنه نمرات بین ۱۹ تا ۹۵ متغیر است و نمره بالاتر نشان‌دهنده استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی است. پایایی درونی این ابزار با آلفای کرونباخ ۰/۸۵ و پایایی بازآزمایی با ضریب ۰/۹۰ گزارش شده است.

مقیاس اضطراب بدنی-اجتماعی

این مقیاس توسط Hart et al (1989) طراحی شده و شامل ۱۲ ماده است. پاسخ‌دهی در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) انجام می‌شود. دامنه نمرات بین ۱۲ تا ۶۰ است و نمره بالاتر نشان‌دهنده اضطراب بدنی-اجتماعی بیشتر است. (Hart et al (1989) پایایی مقیاس با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳ گزارش کرده‌اند. در ایران، طباطباییان، عادل قهرمان، شجیع، و فولادیان (۱۳۸۸) پایایی ۰/۸۱ را گزارش کرده‌اند که بیانگر اعتبار مناسب نسخه فارسی است.

یافته‌ها

از مجموع ۳۸۴ دختر دانشجو شرکت‌کننده در پژوهش، ۱۸۶ نفر (۴/۴۸ درصد) شاغل و ۱۹۸ نفر (۶/۵۱ درصد) بیکار بودند.

همچنین ۲۹۸ نفر (۷۷/۶ درصد) مجرد و ۸۶ نفر (۲۲/۴ درصد) متأهل بودند. در جدول ۱ میانگین، انحراف استاندارد و نتایج

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

کولموگروف-اسمیرنوف		انحراف معیار	میانگین	متغیر
سطح معناداری	آماره			
۰/۱۲۱	۰/۱۷	۰/۷۹	۶۰/۲۳	اضطراب بدنی-اجتماعی
۰/۱۸۵	۰/۱۰	۰/۹۹	۳۳/۱۷	استفاده از رسانه‌های اجتماعی
۰/۱۲۵	۰/۱۴	۰/۷۰	۳۱/۷۴	درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری
۰/۱۲۳	۰/۱۶	۰/۷۰	۳۹/۷۱	نارضایتی از تصویر بدن

توزیع تمامی متغیرها نرمال است ($p > 0.05$)؛ بررسی نمودارهای پراکنش نشان داد رابطه بین متغیرها خطی است. شاخص تحمل بزرگ‌تر از ۰/۲۰ و مقدار VIF کمتر از ۵ بود که بیانگر عدم وجود همخطی چندگانه است. آماره دوربین-واتسون در محدوده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار داشت که نشان‌دهنده استقلال خطاهاست. همچنین بررسی نمودار باقیمانده‌ها حاکی از همسانی واریانس خطاها بود. بنابراین، شرایط لازم برای اجرای رگرسیون سلسله‌مراتبی فراهم بود.

میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش نشان داد که اضطراب بدنی-اجتماعی دارای میانگین ۲۳/۶۰ و انحراف معیار ۷۹/۰ بود. میانگین استفاده از رسانه‌های اجتماعی ۱۷/۳۳ با انحراف معیار ۹۹/۰ به دست آمد. درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری میانگین ۷۴/۳۱ و انحراف معیار ۷۰/۰ داشت و در نهایت، نارضایتی از تصویر بدن با میانگین ۷۱/۳۹ و انحراف معیار ۷۰/۰ به دست آمد.

پیش از اجرای تحلیل‌های استنباطی، پیش‌فرض‌های آماری بررسی شد. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد

جدول ۲: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	۱	۲	۳	۴
۱- اضطراب بدنی-اجتماعی	۱			
۲- استفاده از رسانه‌های اجتماعی	۰/۵۰**	۱		
۳- درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری	۰/۵۳**	۰/۵۸**	۱	
۴- نارضایتی از تصویر بدن	۰/۷۹**	۰/۴۰**	۰/۶۲**	۱

معناداری نشان داد. قوی‌ترین همبستگی مربوط به رابطه نارضایتی از تصویر بدن و اضطراب بدنی-اجتماعی بود ($r = 0.79$).

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، استفاده از رسانه‌های اجتماعی با اضطراب بدنی-اجتماعی رابطه مثبت و معنادار دارد ($r = 0.50$). همچنین این متغیر با درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری ($r = 0.58$) و نارضایتی از تصویر بدن ($r = 0.40$) همبستگی مثبت و

جدول ۳: نتایج مدل نهایی رگرسیون سلسله‌مراتبی پیش‌بینی اضطراب بدنی-اجتماعی

معناداری	آماره t	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		ضرایب استاندارد شده	خطای استاندارد ضریب	
۰/۷۱	۰/۳۸	۰/۱۱	۰/۰۴	مدل ۱
۰/۰۰	۶/۹۳	۰/۱۸	۰/۰۲	
۰/۰	۳۰/۰۲	۰/۷۹	۰/۰۳	
۱/۲۴	۱/۱۷	۰/۱۳	۰/۱۵	مدل ۲
۰/۰۱	۲/۷۲	۰/۱۰	۰/۰۵	
۰/۰۰	۲۶/۷۵	۰/۷۷	۰/۰۳	

معناداری	آماره t	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		ضرایب استاندارد شده	خطای استاندارد	
۰/۰۳	۲/۴۷	۰/۰۹	۰/۰۱	رسانه‌های اجتماعی* درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری
۰/۲۸	۲/۰۹		۰/۲۹	عرض از مبدأ
۰/۰۱	۲/۴۸	۰/۲۶	۰/۰۸	رسانه‌های اجتماعی
۰/۰۰	۱۲/۰۰	۰/۹۰	۰/۰۸	نارضایتی از تصویر بدن
۰/۰۰	۰/۷۱	۰/۱۱	۰/۰۱	رسانه‌های اجتماعی* درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری
۰/۰۲	۸۲/۲	۰/۲۵	۰/۰۲	رسانه‌های اجتماعی* نارضایتی از تصویر بدن

اضطراب بدنی-اجتماعی را به‌طور معناداری تعدیل کردند. این نتایج در راستای ادبیات روبه‌رشد مربوط به تأثیرات ظاهرمحور رسانه‌های اجتماعی بر تصویر بدن قرار می‌گیرد و از یک مدل تعاملی حمایت می‌کند که در آن فرآیندهای شناختی-هیجانی، شدت تأثیر مواجهه رسانه‌ای را تعیین می‌کنند.

رابطه مثبت بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همسو است که نشان داده‌اند استفاده از پلتفرم‌های مبتنی بر تصویر با افزایش نگرانی‌های ظاهری و نارضایتی بدنی مرتبط است (Holland, & Tiggemann, 2016; Mingoia, J., Hutchinson, Mingoia et al, 2017). فراتحلیل (Wilson, & Gleaves, 2017) تأیید کرد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌طور معناداری با درونی‌سازی ایده‌آل لاغری و نارضایتی از بدن ارتباط دارد. این یافته‌ها را می‌توان در چارچوب نظریه مقایسه اجتماعی تبیین کرد (Jung et al, 2022). بر اساس این نظریه، افراد تمایل دارند ویژگی‌های خود را از طریق مقایسه با دیگران ارزیابی کنند. رسانه‌های اجتماعی با فراهم کردن دسترسی مداوم به تصاویر گزینش‌شده و ویرایش‌شده، زمینه مقایسه‌های صعودی را تقویت می‌کنند؛ مقایسه‌هایی که غالباً به ارزیابی منفی از ظاهر خود منجر می‌شود (Jung et al, 2022).

از منظر تحلیلی عمیق‌تر، پژوهش‌های آزمایشی نشان داده‌اند که حتی مواجهه کوتاه‌مدت با تصاویر ایده‌آل‌سازی‌شده در اینستاگرام می‌تواند به افزایش فوری نارضایتی بدنی منجر شود (Cohen & Blaszczynski, 2015). افزون بر این، الگوریتم‌های پلتفرم‌ها با تکرار محتوای ظاهرمحور، احتمال درگیری شناختی مداوم با استانداردهای زیبایی را افزایش می‌دهند و چرخه‌ای از مقایسه و خودارزیابی منفی ایجاد می‌کنند (Vuong, Jarman, Doley & McLean, 2021). بنابراین، تأثیر رسانه‌های اجتماعی نه صرفاً ناشی از میزان استفاده، بلکه حاصل تعامل فرد با محتوای ظاهرمحور است.

یافته‌های مربوط به رابطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی و درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری با مدل تأثیر سه‌جانبه همخوان است (Thompson et al, 1999). این مدل بیان می‌کند که

مدل نهایی نشان داد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌طور مستقیم و مثبت اضطراب بدنی-اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند ($\beta=0/26$). درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن نیز اثرات مستقیم مثبت و معناداری داشتند، به‌گونه‌ای که نارضایتی از تصویر بدن قوی‌ترین پیش‌بین اضطراب بدنی-اجتماعی بود ($\beta=0/90$). از نظر اثرات تعاملی، تعامل استفاده از رسانه‌های اجتماعی و درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری معنادار بود ($\beta=0/11$), که نشان می‌دهد هرچه سطح درونی‌سازی بالاتر باشد، شدت رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، در سطوح بالای پذیرش و درونی‌سازی استانداردهای ظاهری رسانه‌ای، مواجهه بیشتر با رسانه‌های اجتماعی با افزایش چشمگیرتری در اضطراب بدنی-اجتماعی همراه است. همچنین تعامل استفاده از رسانه‌های اجتماعی و نارضایتی از تصویر بدن نیز معنادار بود ($\beta=0/25$). این ضریب بزرگ‌تر از ضریب تعامل مربوط به درونی‌سازی است و نشان می‌دهد نارضایتی از تصویر بدن نقش تعدیل‌کننده قوی‌تری دارد. به بیان دقیق‌تر، در میان دانشجویانی که نارضایتی بالاتری از بدن خود دارند، استفاده از رسانه‌های اجتماعی با افزایش بیشتری در اضطراب بدنی-اجتماعی همراه است؛ در حالی که در افراد با نارضایتی پایین‌تر، این رابطه ضعیف‌تر است. در مجموع، یافته‌ها نشان می‌دهد هر دو متغیر شناختی-هیجانی مرتبط با تصویر بدن، رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی را تشدید می‌کنند؛ اما نقش نارضایتی از تصویر بدن برجسته‌تر و قوی‌تر است.

بحث

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی با سطوح بالاتر اضطراب بدنی-اجتماعی، درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی از تصویر بدن همراه است. افزون بر این، درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری و نارضایتی بدنی رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و

این پژوهش دارای محدودیت‌هایی است. نخست، طراحی مقطعی مطالعه امکان استنتاج روابط علی را محدود می‌کند؛ بنابراین، پژوهش‌های طولی و آزمایشی برای بررسی جهت روابط توصیه می‌شود. دوم، استفاده از ابزارهای خودگزارشی احتمال سوگیری پاسخ‌دهی را افزایش می‌دهد. سوم، نمونه پژوهش محدود به دختران دانشجو بود و تعمیم نتایج به سایر گروه‌ها نیازمند احتیاط است. در پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود نقش نوع محتوای مصرفی، سبک استفاده فعال در مقابل منفعل، و متغیرهای محافظتی مانند شفقت به خود و سواد رسانه‌ای بررسی شود، زیرا شواهد نشان می‌دهد این عوامل می‌توانند شدت اثر رسانه‌های اجتماعی را تعدیل کنند.

موازن اخلاقی

در این مطالعه اصول اخلاق در پژوهش شامل اخذ رضایت آگاهانه از شرکت کنندگان و حفظ اطلاعات محرمانه آنها رعایت گردیده است.

تشکر و قدردانی

پژوهشگران مراتب قدردانی و تشکر خود را از کلیه شرکت کنندگان این پژوهش که با استقبال و بردباری، در روند استخراج نتایج همکاری نمودند، اعلام می‌دارند.

تعارض منافع

نویسندگان این مطالعه هیچ گونه تعارض منافی در انجام و نگارش آن ندارند.

واژه نامه

- | | |
|--|---------------------------------|
| 1. Social physique anxiety | ۱. اضطراب بدنی-اجتماعی |
| 2. Internalization of external appearance ideals | ۲. درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری |
| 3. Social comparison | ۳. مقایسه اجتماعی |
| 4. body image dissatisfaction | ۴. نارضایتی از بدن |

منابع فارسی

جهانبانی، ن. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی بر سلامت روان مدیران مدارس متوسطه دوره اول آموزش و پرورش شهرستان چابهار. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندر جاسک.

طباطباییان، ف.، عادل قهرمان، م.، شجاع، ر.، و فولادیان، ج. (۱۳۸۸). رابطه اضطراب بدنی-اجتماعی با مراحل تغییر رفتار تمرینی دانشجویان. پژوهش در علوم ورزشی، ۲۴(۳)، ۲۹-۴۴.

محمدپناه اردکان، ع.، باباپورخیرالدین، ج.، و یوسفی، ر. (۱۳۹۳). تعیین روایی نسخه فارسی پرسشنامه نگرش‌های فرهنگی-اجتماعی در

رسانه‌ها از طریق مقایسه اجتماعی و درونی‌سازی ایده‌آل‌ها بر نارضایتی بدنی اثر می‌گذارند. پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند افرادی که نمرات بالاتری در مقیاس درونی‌سازی دارند، آسیب‌پذیری بیشتری نسبت به پیام‌های رسانه‌ای نشان می‌دهند (Rodgers, McLean & Paxton, 2015). در این فرایند، استانداردهای فرهنگی از سطح بیرونی به سطح هویت فردی منتقل می‌شوند و به معیار ارزشمندی شخصی بدل می‌گردند.

نارضایتی از تصویر بدن نیز در این پژوهش پیش‌بینی‌کننده معنادار اضطراب بدنی-اجتماعی بود. این یافته با مدل‌های شناختی-هیجانی تصویر بدن همسو است که نارضایتی بدنی را عامل خطر اصلی برای اضطراب اجتماعی مرتبط با ظاهر می‌دانند (Cash, 2004; Levinson & Rodebaugh, 2015).

همچنین، بر اساس نظریه تضاد خویشتن، فاصله بین خود واقعی و خود ایده‌آل منجر به تجربه هیجانات منفی از جمله اضطراب می‌شود. رسانه‌های اجتماعی با برجسته‌سازی نسخه‌های ایده‌آل شده از بدن، این فاصله ادراک شده را افزایش می‌دهند. افزون بر این، نارضایتی بدنی با افزایش ترس از ارزیابی منفی دیگران و خودآگاهی ظاهری همراه است که از مؤلفه‌های اصلی اضطراب بدنی-اجتماعی محسوب می‌شوند (Pritchard, Brasil, McDermott, & Holdiman, 2021).

یافته کلیدی پژوهش حاضر نقش تعدیل‌کننده درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری بود. در سطوح بالاتر درونی‌سازی، رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی قوی‌تر بود. این نتیجه با شواهد طولی همسو است که نشان می‌دهند درونی‌سازی ایده‌آل لاغری پیش‌بینی‌کننده افزایش آتی نارضایتی بدنی و نگرانی‌های ظاهری است (Rodgers et al., 2015). بنابراین، درونی‌سازی را می‌توان عاملی تشدیدکننده دانست که اثر مواجهه رسانه‌ای را تقویت می‌کند.

به‌طور مشابه، نارضایتی بدنی نیز نقش تعدیل‌کننده معناداری ایفا کرد. این یافته را می‌توان در چارچوب نظریه خودشی‌انگاری تبیین کرد، که بیان می‌کند تمرکز مزمن بر ظاهر موجب پایش مداوم بدن و افزایش اضطراب می‌شود (Fredrickson & Roberts, 1997). پژوهش‌های جدیدتر نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی این پایش را به فضای اجتماعی گسترده‌تری منتقل می‌کنند و بدن را در معرض ارزیابی دائمی قرار می‌دهند (Tiggemann & Slater, 2013).

در مجموع، نتایج حاضر نشان می‌دهد که رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اضطراب بدنی-اجتماعی خطی و ساده نیست، بلکه تحت تأثیر آسیب‌پذیری‌های شناختی-هیجانی قرار دارد. این یافته‌ها بر اهمیت تمرکز بر متغیرهای تعدیل‌کننده در پژوهش‌های آینده تأکید می‌کند.

- for thinness. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2880.
- Jung, J., Barron, D., Lee, Y. A., & Swami, V. (2022). Social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women. *Computers in Human Behavior*, 135, 107357.
- Levinson, C. A., & Rodebaugh, T. L. (2015). Negative social-evaluative fears produce social anxiety, food intake, and body dissatisfaction: evidence of similar mechanisms through different pathways. *Clinical Psychological Science*, 3(5), 744-757.
- Littleton, H. L., Axson, D., & Pury, C. L. (2005). Development of the body image concern inventory. *Behaviour Research and therapy*, 43(2), 229-241.
- Liu, X. Q., Guo, Y. X., Zhang, W. J., & Gao, W. J. (2022). Influencing factors, prediction and prevention of depression in college students: A literature review. *World journal of psychiatry*, 12(7), 860.
- Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017). The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A meta-analytic review. *Frontiers in psychology*, 8, 1351.
- Mohammadi, N., & Sajadinejad, M. (2007). Evaluating the psychometric indicators of the Body Image Concern Inventory and testing the relational model of body mass index, body image dissatisfaction, and self-esteem in adolescent girls. *Psychological Studies*, 1(3), 83-99.
- Mohammadpanah Ardakan, A., Babapour Kheireddin, J., & Yousefi, R. (2014). Determining the validity of the Persian version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire using factor analysis. *Journal of Skin and Beauty*, 5(1), 22-32. [Persian]
- Pritchard, M., Brasil, K., McDermott, R., & Holdiman, A. (2021). Untangling the associations between generalized anxiety and body dissatisfaction: The mediating effects of social physique anxiety among collegiate men and women. *Body Image*, 39, 266-275.
- مورد ظاهر بدن با استفاده از تحلیل عاملی. فصلنامه پوست و زیبایی، ۵(۱)، ۲۲-۳۲.
- محمدی، ن.، و سجادی‌نژاد، م. (۱۳۸۶). ارزیابی شاخصهای روان-سنجی پرسشنامه نگرانی درباره تصویر بدنی و آزمون مدل ارتباطی شاخص توده بدنی ناراضایی از تصویر بدنی و عزت‌نفس در دختران نوجوان. *مطالعات روانشناختی*، ۱(۳)، ۸۳-۹۹.

فهرست منابع

- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body image*, 1(1), 1-5.
- Cohen, R., & Blaszczynski, A. (2015). Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. *Journal of eating disorders*, 3(1), 23.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Routledge.
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C., & Heimberg, R. G. (2008). Development and examination of the social appearance anxiety scale. *Assessment*, 15(1), 48-59.
- Hocking, J. E., & Gondoli, D. M. (2023). Internalization of media appearance ideals and college women's intrinsic motivation for their major: indirect effects through self-objectification and self-surveillance. *Emerging Adulthood*, 11(6), 1356-1368.
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*, 17, 100-110.
- Jahanbani, N. (2018). *Investigating the relationship between social networks and media on the mental health of first-period secondary school principals in Chabahar city* [Master's thesis, Islamic Azad University, Jask Branch]. [Persian]
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive

- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.
- van Eldik, A., Kneer, J., & Jansz, J. (2019). Urban & online: Social media use among adolescents and sense of belonging to a super-diverse city. *Media and Communication*, 7(2), 242-253.
- Vincente-Benito, I., & Ramírez-Durán, M. D. V. (2023). Influence of social media use on body image and well-being among adolescents and young adults: A systematic review. *Journal of psychosocial nursing and mental health services*, 61(12), 11-18.
- Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R., & McLean, S. A. (2021). Social media use and body dissatisfaction in adolescents: The moderating role of thin-and muscular-ideal internalisation. *International journal of environmental research and public health*, 18(24), 13222.
- Wang, Y., Geng, J., Di, K., Chu, X., & Lei, L. (2022). Body talk on social network sites and body dissatisfaction among college students: The mediating roles of appearance ideals internalization and appearance comparison. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 16(3).
- Zucchelli, F., Donnelly, O., Williamson, H., & Hooper, N. (2018). Acceptance and commitment therapy for people experiencing appearance-related distress associated with a visible difference: A rationale and review of relevant research. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 32(3), 171-183.
- Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction: implications for the tripartite influence model. *Developmental psychology*, 51(5), 706.
- Scully, M., Swords, L., & Nixon, E. (2023). Social comparisons on social media: Online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish journal of psychological medicine*, 40(1), 31-42.
- Seekis, V., Bradley, G. L., & Duffy, A. L. (2020). Appearance-related social networking sites and body image in young women: Testing an objectification-social comparison model. *Psychology of Women Quarterly*, 44(3), 377-392.
- Tabatabaeian, F., Adel Ghahraman, M., Shaji, R., & Fooladyan, J. (2009). The relationship between social physique anxiety and exercise behavior change stages in university students. *Research in Sport Sciences*, 24(3), 29-44. [Persian]
- Taylor-Jackson, J., & Moustafa, A. (2021). The relationships between social media use and factors relating to depression. *Nature and Science of Depression*, 171-182.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M. N., & Tantleef-Dunn, S. (1999). Theory assessment, and treatment of body image disturbance. Thomson JK, Heinberg LJ, Altabe MN, Tantleef-Dunn. *Exacting beauty: theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association, 10312-000.
- Thompson, J. K., Van den Berg, P. A., Keery, H., Williams, R., Shroff, H. M., Haselhuhn, G. I., & Boroughs, M. (2000). A revision and extension of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire. In *Papre Presented at: The 9th Annual Conference of the Academy of Eating Disorders* (pp. 4-7).