رویش روان شناسی، سال۱۱، شماره۳، شماره پیاپی ۷۲، خرداد ۱۴۰۱
Rooyesh-e-Ravanshenasi Journal(RRJ),11(3), 2022

رابطه نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس نقش میانجی نگرانی از تصویر بدنی در نوجوانان

The relationship between attitudes toward cosmetic surgery and social media addiction based on the mediating role of body image concern in adolescents

دکتر زینب خانجانی
استاد تمام، گروه روانشناسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
هانیه پاکروان (نویسنده مسئول)
کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی کودک و نوجوان، گروه روانشناسی بالینی کودک و نوجوان، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
نگار قدیمی
کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی کودک و نوجوان، گروه روانشناسی بالینی کودک و نوجوان، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
سیده سمیه اسدی
کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی کودک و نوجوان، گروه روانشناسی بالینی کودک و نوجوان، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش میانجی نگرانی از تصویر بدنی در رابطه نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان انجام شد. طرح پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی به روش تحلیل مسیر بود. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش از میان کلیه نوجوانان ۱۴ تا ۱۸ ساله مدارس شهر تبریز در سال ۱۴۰۰، نمونه‌ای به حجم ۳۵۷ نفر با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی SMD (ایجندن و همکاران، ۲۰۱۶)، نگرش به جراحی زیبایی ACSS (هاندرسون و هاندرسون، ۲۰۰۵) و نگرانی از تصویر بدنی BICI (لیتلتون و همکاران، ۲۰۰۵) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل مسیر استفاده شد که نتایج بیانگر برازش نسبتا مطلوب مدل فرضی پژوهش بود. یافته‌ها نشان داد اثر مستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی (β=۰/۱۳) و نگرانی از تصویر بدنی (β=۰/۴۱) بر نگرش به جراحی زیبایی و همچنین اثر غیرمستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی از طریق متغیر میانجی نگرانی از تصویر بدنی (β=۰/۲۶) مثبت و معنی دار است (p<۰/۰۵). با توجه به اینکه اثر غیرمستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی از طریق متغیر میانجی نگرانی از تصویر بدنی بیشتر از اثر مستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نگرانی از تصویر بدنی می‌تواند رابطه بین نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را میانجی‌گری کند.

واژه‌های کلیدی: *اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی - نگرش به جراحی زیبایی - نگرانی از تصویر بدنی*

Dr .Zaynab Khanjani
Full Professor, Psychology Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.
Hanie pakravan*
M.A. Child & Adolescent Clinical Psychology Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.
hanie76.pakravan@gmail.com
Negar ghadimi
M.A. Child & Adolescent Clinical Psychology Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.
Seyedeh Somaye asadi
M.A. Child & Adolescent Clinical Psychology Department, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

Abstract

This study aimed to investigate the mediating role of body image anxiety in the relationship between attitudes toward cosmetic surgery and social media addiction in adolescents. The design of the study was descriptive-correlational by path analysis. To achieve the objectives of the research, among all adolescents aged 14 to 18 years old in Tabriz schools in 1400, a sample of 357 people was selected by the available sampling method. Data were collected using SMD Social Network Addiction Questionnaire (Ejenden et al., 2016), ACSS Attitude Towards Cosmetic Surgery (Henderson and Henderson, 2005), and BICI Body Image Concern (Littleton et al., 2005). To analyze the data, the path analysis method was used, which showed a relatively good fit for the hypothetical research model. Findings showed the direct effect of social media addiction (β = 0.13) and body image anxiety (41 / B = 0) on the attitude towards cosmetic surgery and also the indirect effect of social media addiction on the attitude towards cosmetic surgery through the mediating variable of body image concern (β = 0.26) It is positive and significant (p <0.05). Considering that the indirect effect of social media addiction on attitudes toward cosmetic surgery through the mediating variable of body image concern is greater than the direct effect of social media addiction on attitudes toward cosmetic surgery; Therefore, it can be concluded that body image concerns can mediate the relationship between attitudes toward cosmetic surgery and social media addiction.

Keywords: *Addiction to social media -Attitudes toward cosmetic surgery - Concerns about body image.*

نوع مقاله : پژوهشی | **دریافت : دی ۱۴۰۰** | **پذیرش: فروردین ۱۴۰۱** | **ویرایش نهایی: تیر ۱۴۰۱**

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

مقدمه

با توسعه فناوری اینترنت موبایل و محبوبیت تلفن‌های هوشمند، رسانه‌های اجتماعی به بخش مهمی از یادگیری و زندگی روزمره تبدیل‌شده‌اند. در سال ۲۰۱۷، حدود ۲/۴۶ میلیارد کاربر در سراسر جهان، در رسانه اجتماعی وجود داشت و پیش‌بینی می‌شد که تا پایان سال ۲۰۲۱ به حدود ۳/۹ میلیارد افزایش یابد، استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین نوجوانان محبوبیت زیادی دارد، یک مطالعه نشان داد که ۴۱ درصد از نوجوانان ۱۲ تا ۱۳ ساله و ۶۱ درصد از نوجوانان ۱۴ تا ۱۷ ساله از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و میانگین استفاده روزانه از رسانه‌های اجتماعی حدود یک ساعت و ۱۱ دقیقه بود (رایداوت[۱]،۲۰۱۵). بر اساس کارکردهای اصلی سرویس‌دهی به کاربران، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را می‌توان به دو نوع تقسیم کرد: اجتماعی (ارتباط و تعامل، وضعیت به‌روزرسانی، اظهارنظر و غیره) و سرگرمی (بازی، گوش‌دادن به موسیقی، مرور وب و غیره) (وانگ[۲]، ۲۰۱۴). با افزایش استفاده از رایانه و اینترنت، اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی از اواسط دهه ۱۹۹۰ به یک مشکل اجتماعی تبدیل شد، تحقیقات روان‌شناسی نشان می‌دهد که اگر افراد از رسانه‌های اجتماعی بیش‌ازحد استفاده کنند و نتوانند میزان فعالیتشان را در رسانه‌های اجتماعی کنترل کنند دچار اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی می‌شوند (تانگ چن[۳] و همکاران، ۲۰۱۶). استفاده اعتیادآور را می‌توان با وجود علائم تعارض، عود، عقب‌نشینی، رفتار خاموش و تمایل به استفاده اینترنت و همچنین افزایش سطح استرس زمان انجام فعالیت‌های دیگر شناسایی کرد (تکانت و توپالوگلو[۴]،۲۰۱۵). استفاده اعتیادآور شبکه‌های اجتماعی با عوامل روانی مانند اعتمادبه‌نفس پایین، افسردگی و اضطراب اجتماعی (جاسو _مدرانو و لوپز-روزالس[۵]، ۲۰۱۸)، اختلالات روان‌شناختی (مولاررا[۶] و همکاران،۲۰۱۶) و همچنین رفتار تکانشی برای مثال آزار و اذیت آنلاین (فاهی[۷] و همکاران،۲۰۱۶)، خواب (وودس و اسکات[۸]،۲۰۱۶)، عزت‌نفس (اورث و مائس[۹]،۲۰۱۵) و نگرانی از تصویر بدن (وریس[۱۰] و همکاران،۲۰۱۶) همراه است. رسانه‌های اجتماعی اغلب بر ظاهر متمرکز هستند و کاربران به‌طور انتخابی عکس‌هایی از خود پست می‌کنند که در آن‌ها خوب یا جذاب به نظر می‌رسند (شفیع، ناین و عثمان[۱۱]، ۲۰۱۲). علاوه بر این، بسیاری از محتواها در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی بسیار ایده آل هستند و بنابراین می‌توانند استانداردهای ظاهری و بدنی را به کاربران منتقل کنند، اختلال در هر یک از این حوزه‌ها به‌عنوان نگرانی‌های تصویر بدنی[۱۲] یا تصویر منفی بدنی نامیده می‌شود که در بین نوجوانان شایع است (نومارک[۱۳] و همکاران، ۲۰۰۴).

تصویر بدن یک ویژگی اصلی در خودپنداره نوجوانان است، نوجوانان ممکن است احساسات منفی نسبت به بدن خود داشته باشند و ممکن است از تصویر بدن خود ناراضی باشند، دختران تمایل دارند به دنبال اندام لاغر بروند، مطابق با الگوی اجتماعی - فرهنگی کمال زیبایی‌شناختی که در جامعه غربی حاکم است همین‌طور پسران بین آن‌هایی که خود را دارای اضافه‌وزن می‌دانند و آن‌هایی که احساس می‌کنند بیش از حد لاغر هستند تقسیم می‌شوند، بنابراین ممکن است از بدن خود احساس نارضایتی کنند و تصمیم بگیرند وزن خود را کاهش دهند تا به شکل بدنی لاغر و عضلانی دست یابند (لونگوبردی[۱۴] و همکاران، ۲۰۱۷). در یک فراتحلیل مطالعات تجربی با بررسی تأثیر تصاویر رسانه‌ای که ایده آل‌های زیبایی لاغری را بر تصویر بدن زنان به تصویر می‌کشند ، مشخص شد که شرکت‌کنندگان پس از مشاهده تصاویر مدل‌های نازک در مقایسه با آن‌هایی که در معرض مدل‌های متوسط یا بزرگ قرار داشتند، تصویر بدنی منفی‌تری داشتند (گروز وهمکاران[۱۵]، ۲۰۰۲). هوگو و میلز[۱۶] (۲۰۱۹) در پژوهشی دریافتند که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ادراک منفی از تصویر

1 Rideout
2 Wang
3 Tang ,chen, yang, chon and li
4 Tekkanat and Topaloglu
5 Jasso-Medrano and Lo´pez-Rosales
6 Mu¨ller, Dreier, Beutel, Duven, Giralt and Wo¨lfling
7 Fahy, Stansfeld, Smuk, Smith, Cummins and Clark
8 Woods and Scott
9 Orth, Maes and Schmitt Woods and Scott
10 De Vries, Peter, de Graaf and Nikken
11 Shafie, Nayan and Osman
12 Body image concerns
13 Neumark-Sztainer, Hannan, Story and Perry
14 Lo ngobardi, Prino, Fabris and Settanni
15 Groesz, Levine and Murnen
16 Hogue and Mills

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

بدنی خود در نوجوانان رابطه مثبت وجود دارد. مطالعه‌ای که توسط مک لین وهمکاران [1] (۲۰۱۵) انجام شد، رابطه بین فعالیت‌های مرتبط با عکس در رسانه‌های اجتماعی و نارضایتی از بدن در دختران نوجوان (میانگین سنی ۱۳ سال) را بررسی کرد نشان داد که زنانی که به‌طور منظم تصاویر خود را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذاشتند، نسبت به زنانی که به‌طور منظم تصاویر خود را به اشتراک نمی‌گذاشتند، سطوح بالاتری از ارزش‌گذاری بیش‌ازحد شکل و وزن، نارضایتی از بدن، محدودیت غذایی و درونی سازی ایده آل لاغر را تجربه کردند. مطابق با روند رو به افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تعداد نوجوانانی که تمایل به عمل‌های زیبایی دارند، نیز افزایش‌یافته است، طبق گزارش‌ها انجام این عمل‌های زیبایی از ۱۷/۲ درصد در سال ۲۰۱۴ به ۱۸/۲ درصد در سال ۲۰۱۷ رسیده است، نگرش به جراحی زیبایی[2] به‌عنوان تمایل و اقدام به نگهداری، ترمیم یا تقویت ظاهر جسمی از طریق فن‌های جراحی و پزشکی تعریف می‌شود (سوریس[3] و همکاران، ۲۰۱۷).

به نظر می‌رسد به طور مداوم، نارضایتی از بدن یک عامل انگیزشی کلیدی برای نگرش مثبت به جراحی زیبایی است، در پژوهشی با عنوان ویرایش سلفی، نارضایتی از صورت و توجه به جراحی زیبایی در میان نوجوانان چینی: یک مطالعه طولی نشان داد که نارضایتی از صورت در بین نوجوانان به طور مثبتی درنظرگرفتن جراحی زیبایی بعدی را در طول زمان پیش‌بینی می‌کند (وانگ[4]، ۲۰۲۰). در دو دهه گذشته علاقه مردم به روش‌های جراحی و جراحی زیبایی به دلیل رضایت نداشتن از وضعیت ظاهری در جهان در حال افزایش است، عوامل متعددی گزارش‌شده است که تمایل فرد به انجام جراحی زیبایی را پیش‌بینی می‌کند، ثابت‌شده است که نارضایتی از بدن یک عامل انگیزشی کلیدی برای جراحی زیبایی در بین زنان و مردان است علاوه بر این، رسانه‌ها تأثیر کاملاً مستندی بر نگرانی از تصویر بدنی دارند، نظریه اجتماعی-فرهنگی پیشنهاد می‌کند که افراد استانداردهای زیبایی را در بافت اجتماعی و فرهنگی یاد می گیرند و بر نحوه درک زنان از خود و درنتیجه اینکه آیا آن‌ها در استراتژی‌های تغییر ظاهر شرکت می‌کنند یا خیر تأثیر می‌گذارد (شارپ[5]، ۲۰۱۸).

علاوه بر نارضایتی‌های تصویر بدنی، افزایش درخواست‌های جراحی را درنتیجه اشتراک‌گذاری عکس در رسانه‌های اجتماعی گزارش شده است، از روش‌هایی که احتمالاً درنتیجه نفوذ رسانه‌های اجتماعی درخواست می‌شود، جراحی زیبایی بینی، بوتاکس و لیفت صورت بود که نشان می‌دهد افراد جوان ممکن است تحت تأثیر آنچه در اینترنت می‌بینند نگرش مثبت به جراحی زیبایی پیدا کنند (سوریک[6]،۲۰۱۷).

رسانه‌های اجتماعی نقش بسیار برجسته‌ای در افزایش نگرانی از تصویر بدنی منفی نوجوانان دارند، افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی را در نوجوانانی که شکافی بین تصویر بدن خود و ایده‌آل زیبایی‌شناختی درونی شده درک می‌کنند، افزایش می‌دهد، درنتیجه، نوجوانان سعی در کنار آمدن با این احساسات منفی می‌کنند و بیشتر در معرض خطر درگیرشدن در موارد ناسالم قرار می‌گیرند به‌طوری‌که نوجوانان با مشاهده افرادی که ظاهر بسیار زیبایی از خود ارائه می‌دهند، تمایل پیدا می‌کنند که شبیه آنها شوند و به در واقع‌نگرش مثبت‌تری به انواع عمل‌های جراحی زیبایی و تغییرات و اصلاح بدن خود پیدا می‌کنند و باتوجه به این که یکی از عوامل مهم در ایجاد تصویر بدنی منفی دوره نوجوانی اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی است، پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش میانجی نگرانی از تصویر بدنی در رابطه نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان انجام شد.

روش

طرح پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی و با روش تحلیل مسیر بود. جامعه آماری این پژوهش، دانش‌آموزان دختر و پسر بودند که در طیف سنی ۱۴ تا ۱۸ قرار داشتند در سال ۱۴۰۰ مشغول به تحصیل در مدارس شهر تبریز بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس نمونه‌گیری صورت گرفت، حجم نمونه لازم برای گردآوری داده‌های مربوط به مدل‌یابی معادلات ساختاری حداقل ۲۰۰ نفر است (کلاین[7]،۲۰۱۰) ،پس از بررسی پرسش‌نامه‌ها در مجموع باتوجه به ملاک‌های پژوهش ۳۵۷ نفر نمونه که ۱۰۷ نفر پسر و

1 McLean, Paxton, Wertheim & Masters
2 Cosmetic Surgery
3 Sorice, Li, Gilstrap, Canales and Furnas,
4 Wang, Chu,Nie, Gu and Lei
5 Sharp
6 Suric
7 Kline

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

۲۵۰ نفر دختر بودند انتخاب شدند. ملاک‌های ورود به پژوهش شامل نوجوانان ۱۴ تا ۱۸ سال، عدم سابقه اختلال روان‌شناختی و جسمی، اشتغال به تحصیل و ملاک‌های خروج از پژوهش شامل عدم تمایل به ادامه مشارکت در پژوهش، پرسشنامه‌های مخدوش و ناقص بود. شیوه اجرای پژوهش بدین‌صورت بود که در ابتدا معرفی‌نامه‌ای از دانشگاه جهت رسمی بودن کار تحقیق به آموزش‌وپرورش اداره کل استان آذربایجان شرقی ارائه شد و سپس بعد از طی کردن مراحل اداری بابت کسب مجوز جهت انجام پژوهش و ارائه آن به مناطق یک و دو آموزش و پرورش شهر تبریز، با همکاری هر منطقه مدارس به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. از آنجا که این پژوهش درزمانی انجام شد که به دلیل شیوع ویروس کووید-۱۹ تمامی مدارس به‌صورت غیرحضوری برگزار می‌شدند، در نتیجه پرسشنامه‌ها از طریق مدیران مدارس در کانال‌ها و برنامه‌های مجازی مرتبط با مدارس (واتساپ، شاد، تلگرام) بارگذاری شد. هم‌چنین در ابتدای پرسشنامه‌ها به پاسخ‌دهندگان اطمینان داده شد که پاسخ غلط و درست وجود ندارد و پاسخ آن‌ها محرمانه خواهد ماند و برای هدف پژوهشی از آن بهره گرفته می‌شود. به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌ها، از روش تحلیل مسیر استفاده شد. داده‌ها توسط نرم‌افزار SPSS- ۲۶ و برنامه AMOSE- ۲۴ تحلیل شدند.

ابزار سنجش

نگرش به جراحی زیبایی[1] (ACSS): این پرسشنامه توسط هاندرسون و هاندرسون[2] (۲۰۰۵) طراحی گردید. مقیاس ۱۵ سؤال دارد که نگرش به جراحی زیبایی را اندازه‌گیری می‌کند. طیف لیکرت ۷ تایی آن شامل: کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم است که به ترتیب با نمره ۱ تا ۷ نمره‌گذاری می‌شود. دامنه نمرات بین ۱۵ تا ۱۰۵ است طوری که نمره بیشتر نشان از نگرش موافق به جراحی زیبایی است. پایایی این ابزار را به روش ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۸ و روایی این پرسشنامه را به روش روایی محتوایی (CVR۰=/۸۰) گزارش کردند که نشان‌دهنده روایی مناسب برای این مقیاس بود (هاندرسون و هاندرسون، ۲۰۰۵). خزیر و همکاران (۱۳۹۲) این پرسشنامه را به فارسی برگردانده و مورد بررسی قرار دادند و میزان آلفای کرونباخ ۰/۹۴ به دست آمد و ضریب بازآزمایی این پرسش‌نامه پس از دوهفته فاصلهٔ زمانی بین ۰/۷۰ تا ۰/۸۰ بود. همسانی درونی این پرسش‌نامه در پژوهش حاضر با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۵ به دست آمد.

پرسشنامه نگرانی از تصویر بدن (BICI)[3]: این پرسشنامه توسط لیتلتون و همکاران [4] (۲۰۰۵) طراحی شد. این آزمون حاوی ۱۹ پرسش است که هر پرسش دارای پنج گزینه است که از ۱ (هرگز) تا ۵ (همیشه) نمره‌گذاری می‌شود. پایایی پرسشنامه به روش ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳ به دست آمد و روایی همگرای این مقیاس از طریق محاسبه همبستگی آن با پرسشنامه اختلالات خوردن و پرسشنامه وسواس اجباری به ترتیب ۰/۶۲ و ۰/۴۰ به‌دست‌آمده است (لیتلتون و همکاران ،۲۰۰۵). درایران نیز این پرسشنامه توسط بساک نژاد و غفاری (۱۳۸۶) ترجمه شده است و پس از ترجمه آن را روی ۲۶۳ دانشجوی دختر و پسر در اهواز اجرا کردند. پایایی پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ برای دانشجویان دختر، پسر و کل دانشجویان به ترتیب برابر۰/۹۳و۰/۹۵ و ۰/۹۵ گزارش شد و روایی این پرسشنامه را به روش روایی هم‌زمان با مقیاس ترس از ارزیابی منفی از ظاهر (FNES-B) ۰/۵۵گزارش کردند (بساک نژاد و غفاری،۱۳۸۶). همسانی درونی این پرسشنامه در پژوهش حاضر با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۳ به دست آمد.

مقیاس اختلال اعتیاد شبکه‌های اجتماعی (SMD)[5]: این مقیاس توسط ایجندن و همکاران[6] (۲۰۱۶) ساخته‌شده است و دارای ۲۷ ماده است که در طیف لیکرت هرگز (۱) تا همیشه (۵) و دامنه‌ی نمرات ۲۷ تا ۱۳۵ نمره‌گذاری می‌شود. این مقیاس شامل ۹ زیر مقیاس درگیری ذهنی، تحمل، کناره‌گیری، تداوم، فرار، مسائل و چالش، فریب‌دادن، جابه‌جایی و ناسازگاری است(وندن ایندن و همکاران، ۲۰۱۶). در پژوهشی بر روی ۲۱۹۸ نوجوان هلندی ۱۰ تا ۱۷ ساله از روش تحلیل عاملی اکتشافی برای بررسی ساختار عاملی این مقیاس استفاده کردند. این پژوهشگران میزان پایایی زیر مقیاس‌ها را با استفاده از روش آلفای کرونباخ به ترتیب مقیاس ۰/۷۴،۰/۷۲، ۰/۷۲، ۰/۷۱، ۰/۷۲، ۰/۷۳، ۰/۷۲، ۰/۷۴، ۰/۷۲ و برای کل مقیاس ۰/۸۱ گزارش کردند که حاکی از یک پایایی مناسب است. روایی این پرسش‌نامه را به روش ضریب روایی هم‌زمان با پرسش‌نامه سلامت عمومی (GHO) و مقیاس کوتاه بهزیستی ذهنی وارویک-ادینبورگ (SWEMWBS) به ترتیب ۰/۷۳ و ۰/۷۰ گزارش‌شده است (فونگ،۲۰۱۹). در ایران نیز پرسشنامه توسط محمدی و همکاران (۱۳۹۸) به فارسی برگردانده

1 Acceptance of Cosmetic Surgery Scale
2 Henderson and Henderson
3 Body Image Concern Inventory
4 Littleton,Axsom and Pury
5 The Social Media Disorder Scale
6 Eijnden, Lemmens and Valkenburg

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

شده است و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ برای مولفه‌های درگیری ذهنی ۰/۸۵، تحمل ۰/۸۰، کناره گیری ۰/۷۰، تداوم ۰/۸۹، فرار ۰/۸۰، مسائل و چالش‌ها ۰/۸۳، فریب دادن ۰/۷۲، جابه جایی ۰/۷۲، ناسازگاری۰/۷۷ و همچنین پایایی پرسشنامه با روش دونیمه کردن ۰/۷۵ گزارش شده است و روایی مقیاس هم از طریق روایی همگرا با پرسشنامه اعتیاد به اینترنت یانگ ۰/۸۳ گزارش شد. همسانی درونی این پرسشنامه در پژوهش حاضر با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۳ به دست آمد.

یافته ها

پژوهش حاضر شامل ۳۵۷ نفر بود که ۱۰۷ نفر پسر (۳۰ درصد) و ۲۵۰ نفر دختر (۷۰ درصد) بودند. از این تعداد ۲۰ نفر (۵/۶ درصد) ۱۴ سال، ۶۱ نفر (۱۷/۱ درصد) ۱۵ سال، ۱۰۸ نفر (۳۰/۳ درصد) ۱۶ سال، ۱۱۷ نفر (۳۲/۸ درصد) ۱۷ سال و ۵۱ نفر (۱۴/۳ درصد) ۱۸ سال داشتند که میانگین سنی آن ها ۱۶/۳۳ و انحراف استاندارد آن ۱/۰۹ سال بود. در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی و ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش ارائه شده است.

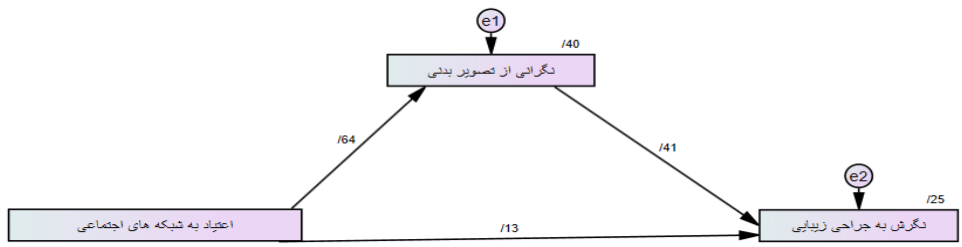
جدول ۱: یافته‌های توصیفی و ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳
۱. نگرش به جراحی زیبایی	۱		
۲. نگرانی از تصویر بدنی	۰/۴۹۵**	۱	
۳. اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	۰/۳۹۰**	۰/۶۳۵**	۱
میانگین	۵۰/۹۳	۳۶/۴۹	۵۶/۲۱
انحراف معیار	۲۴/۳۵	۱۴/۴۴	۱۸/۴۷
چولگی	۰/۱۹	۱/۰۳	۰/۵۳
کشیدگی	-۱/۱۱	۰/۹۸	۰/۰۸

p< ۰/۰۱**

بر اساس نتایج جدول ۱، میزان همبستگی نگرش به جراحی زیبایی با نگرانی از تصویر بدنی برابر با r = ۰/۴۹۵ و با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برابر با r = ۰/۳۹۰ است که این مقدار همبستگی معنادار است (p < ۰/۰۱). همچنین میزان همبستگی بین نگرانی از تصویر بدنی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میزان r = ۰/۶۳۵ معنادار است (p < ۰/۰۱).

قبل از انجام تحلیل مسیر مفروضه‌های نرمال بودن متغیرهای پژوهش، هم خطی نبودن چندگانه و استقلال منابع خطا بررسی شد. در بررسی نرمال بودن تک متغیری توزیع داده‌ها، قدر مطلق چولگی و کشیدگی متغیرها به ترتیب نباید از ۳ و ۱۰ بیشتر باشد که باتوجه‌به نتایج جدول ۱، پیش‌فرض نرمال بودن تک متغیری مورد تأیید قرار گرفت. هم‌چنین مفروضه عدم هم‌خطی چندگانه با شاخص‌های تحمل و عامل تورم واریانس ارزیابی شد. در این تحلیل در هیچ یک از مقادیر آماره‌های تحمل و عامل تورم واریانس محاسبه شده برای متغیرهای پژوهش، انحرافی از پیش‌فرض هم‌خطی چندگانه مشاهده نشد. درنهایت مفروضه استقلال منابع خطا از طریق آزمون دوربین - واتسون ارزیابی شد و باتوجه‌به اینکه مقدار محاسبه شده (۱/۷۵) از دو حد بحرانی (۱/۵- ۲/۵) عبور نکرده بود، این پیش‌فرض نیز محقق شد؛ بنابراین استفاده از روش تحلیل مسیر، برای تحلیل داده‌های پژوهش بلامانع است. شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش را به همراه ضرایب استاندارد به تصویر می کشد. شاخص‌های برازش مربوط به این مدل نیز در جدول ۲ دیده می‌شود.



شکل ۱: مدل اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی با میانجیگری نگرانی از تصویر بدنی

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

همان گونه که در شکل ۱ مشاهده می‌شود اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان متغیر برون‌زا بر متغیر میانجی نگرانی از تصویر بدنی (β=۰/ ۶۴) و متغیر وابسته نگرش به جراحی زیبایی (β=۰/ ۱۳) تأثیر دارد. همچنین متغیر میانجی نگرانی از تصویر بدنی نیز بر متغیر وابسته نگرش به جراحی زیبایی (β=۰/ ۴۱) تأثیر دارد.

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازش	$DF\boldsymbol{X^2}/$	RMSEA	NFI	IFI	CFI	GFI	AGFI
مقدار به‌دست‌آمده	۴/۶۳	۰/۱۰	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۵
حد مجاز	<۳	<۰/ ۰۶	>۰/ ۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰

شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری که در جدول ۲ ارائه شده است، برازش نسبتاً مناسب این مدل را نشان می‌دهد؛ چراکه مقادیر شاخص‌های نیکویی برازش (GFI)، نیکویی برازش اصلاح‌شده (AGFI)، نیکویی برازش افزایشی (IFI)، نیکویی برازش هنجار شده (NFI) و برازش تطبیقی (CFI) همگی در حد مطلوب (بزرگ‌تر از ۰/۹۰) قرار دارند. بااین‌حال مقدار شاخص ریشه میانگین مجذورات خطای تقریبی (RMSEA) و نسبت x^2/DF در سطح مطلوب قرار ندارند که نشان می‌دهد اقتصاد مدل رعایت نشده است.

در جدول ۳ نتایج مربوط به اثرات مستقیم متغیرها بر نگرش به جراحی زیبایی گزارش شده است.

جدول ۳: ضرایب و معناداری اثرات مستقیم متغیرها بر نگرش به جراحی زیبایی

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	نوع اثر	Bاستاندارد	B غیراستاندارد	T	Sig
نگرش به جراحی زیبایی	اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	مستقیم	۰/۱۳	۰/۱۷	۲/۱۶	۰/۰۳۱
	نگرانی از تصویر بدنی	مستقیم	۰/۴۱	۰/۷۰	۶/۹۸	<۰/۰۰۱

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد ضرایب مسیر مستقیم مربوط به اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدنی بر روی نگرش به جراحی زیبایی مثبت و معنی‌دار است (p < ۰/۰۵) که نشانگر تأثیر مستقیم این متغیرها بر نگرش به جراحی زیبایی است. در واقع با افزایش اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدنی، نگرش به جراحی زیبایی نیز افزایش می‌یابد.

در ادامه به‌منظور بررسی نقش میانجی نگرانی از تصویر بدنی در رابطه بین نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی از آزمون بوت استراپ استفاده شد که نتایج مربوط به این آزمون در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: ضرایب و معناداری اثر غیرمستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	متغیر میانجی	حدود بوت استراپ		خطای برآورد	اندازه اثر	Sig
			حد پایین	حد بالا			
نگرش به جراحی زیبایی	اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	نگرانی از تصویر بدنی	۰/۱۹	۰/۳۴	۰/۰۴	۰/۲۶	۰/۰۰۲

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد اثر غیرمستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی از طریق متغیر میانجی نگرانی از تصویر بدنی مثبت و معنی‌دار است (p < ۰/۰۱). با توجه به اینکه اثر غیرمستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی از طریق متغیر میانجی نگرانی از تصویر بدنی بیشتر از اثر مستقیم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرش به جراحی زیبایی است؛ بنابراین فرضیه پژوهشگر مبنی بر نقش میانجی نگرانی از تصویر بدنی در رابطه بین نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش میانجی نگرانی از تصویر بدنی در رابطه بین نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان انجام شد.

مدل پژوهش حاضر نشان داده اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میانجیگری نگرانی از تصویر بدنی بر نگرش به جراحی زیبایی اثر غیرمستقیم معناداری دارد. این یافته‌های با نتایج پژوهش شارپ، (۲۰۱۸)، هوگ و میلز، (۲۰۱۹) و پرتشوک و همکاران، (۱۹۹۸) همسو است، در تبیین یافته پژوهش می‌توان گفت استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود نوجوانان در معرض تصاویر ایده‌آل شده‌ی کاربران قرار بگیرند به علت آرمانی‌سازی در سن نوجوانی، نوجوانان با مقایسه‌ی تصویر خود در شبکه‌های اجتماعی، نارضایتی از ظاهر بدنی خود را شکل می‌دهند (فردولی[1]،۲۰۱۸). کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام در صفحه‌ای که باهویت واقعی خود ایجاد می‌کنند، تمایل دارند تصویری ایده‌آل و فریبنده از خود به نمایش بگذارند و وقتی کاربران رسانه‌های اجتماعی در معرض این نوع محتوا قرار می‌گیرند، درواقع ایده‌آل‌هایی را که ارائه می‌شود را درونی می‌کنند و درگیر مقایسه‌های اجتماعی صعودی می‌شوند (فلت من و اسسیمانسکی[2]، ۲۰۱۸). درونی کردن تصویرهای ایده‌آل در شبکه‌های اجتماعی و مقایسه اجتماعی ظاهر نوجوانان موجب ایجاد احساسات منفی در آن‌ها می‌شود و آن‌ها به تغییر شکل بدنی خود تمایل پیدا می‌کنند تا از احساسات منفی بکاهند. باتوجه‌به دیدگاه رفتاری - شناختی در مورد تصویر بدن، افراد برای مقابله با احساسات ناراحت‌کننده تصویر بدن خود (مانند نارضایتی از ظاهر) به دنبال راهبردهای متعددی هستند که یکی از آن‌ها استراتژی اصلاح ظاهر (مانند جراحی زیبایی) است (کش[3]، ۲۰۱۲). به‌عبارت‌دیگر، افراد زمانی که از ظاهر خود ناراضی هستند، به جراحی زیبایی فکر می‌کنند و نگرش مثبتی به تغییرات ناشی از جراحی زیبایی دارند (سارور[4]، ۲۰۱۹). بررسی نگرش به جراحی زیبایی در میان نوجوانان بسیار مهم است زیرا این گروه از بلوغ جسمی و عاطفی کافی برخوردار نیستند که می‌تواند خطرات نگرش مثبت به جراحی زیبایی و به دنبال آن اقدام به جراحی زیبایی را افزایش دهد (روهریچ و چو[5]، ۲۰۱۸). علی‌رغم محبوبیت جراحی زیبایی، در کمال تعجب، تحقیقات تجربی در مورد عوامل پیش‌بینی‌کننده نگرش مثبت به جراحی زیبایی محدود است. این در حالی است که عواملی مانند رسانه‌های اجتماعی که ابزاری هستند که از طریق آن پیام‌های مربوط به آرمان‌های زیبایی به تصویر کشیده می‌شود این در حالی است که افراد ظاهر خود را بر اساس معیارهای زیبایی تعریف‌شده توسط جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، قضاوت می‌کنند که منجر به ایجاد احساسات منفی نارضایتی از بدن می‌شوند و به دنبال آن نوجوانان به استراتژی‌های اصلاح بدن مانند جراحی زیبایی را تمایل پیدا می‌کنند (آشیکالی و همکاران [6]، ۲۰۱۶).

یافته‌های پژوهش نشان داده اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی اثر معنادار مستقیمی روی نگرانی از تصویر بدنی دارد این یافته با یافته‌های پژوهش تیگمانت و اسلاتر (۲۰۱۳)، فلستد (۲۰۱۹) و فردولی و وارتانیان (۲۰۱۶) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت امروزه رسانه‌های اجتماعی به‌جز لاینفک زندگی افراد تبدیل‌شده است و استفاده از آن‌ها روزبه‌روز در حال افزایش است تا آنجا که اگر افراد نتوانند استفاده از رسانه‌های اجتماعی را کنترل کنند، دارای علائم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی خواهند شد (تانگ و همکاران، ۲۰۱۶). از سوی دیگر ایده‌آل‌های زیبایی (به‌عنوان‌مثال، ظاهر بسیار زیبا شامل بینی کشیده، گونه برجسته و... ، اندام لاغر، پوشیدن لباس‌های لاکچری و...) که توسط شبکه‌های اجتماعی تقویت و منتقل می‌شوند و نوجوانان آرمان‌های زیبایی ایده‌آل در شبکه‌های اجتماعی را درونی می‌کنند و شروع به مقایسه ی ظاهر خود با دیگران در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند و درصورتی‌که نتوانند مطابق آن‌ها عمل کنند یا در مقایسه ظاهری با همسالان شکست بخورند، این می‌تواند منجر به تصویر بدنی منفی شود یعنی احساسات منفی نسبت به بدن خود را شکل می‌دهند (گروگان، ۲۰۰۷). نوجوانانی که در شبکه های اجتماعی فعال تر هستند و تعداد بالای بازدید و پسندیده شدن پست ها را در شبکه های اجتماعی دارند تصویر بدن منفی تری را از خود ارزیابی می کنند و به دنبال ان احساسات منفی در آن‌ها ایجاد می شود و آن ها را مستعد اختلال روانشناختی نگرانی از تصویرمنفی بدنی می کند (تایگمن و اسلاتر[7]،۲۰۱۸). در پژوهشی که توسط هایگمن و هالند(۲۰۱۶) انجام شد نشان دادند که نوجوانانی که به میزان بالایی از فعالیت روزانه ی خود را در شبکخه های اجتماعی سپری می کنند

1 Fardouly,Willburger and Vartanian
2 Feltman and Szymanski
3 Cash
4 Sarwer
5 Rohrich and Cho
6 Ashikali, Dittmar and Ayers
7Tiggemann and Slater

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

تصویر منفی تری از بدن خود دارند و احساسات و نگرانی های مرتبط با تصویر بدنی در این نوجوانان منفی تر از نوجوانانی است که میزان کمتری از فعالیت‌های روزانه ی خود را صرف شبکه های اجتماعی می‌کنند.

یافتهٔ دیگر پژوهش نشان داد که نگرانی از تصویر بدنی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی اثر مستقیم معناداری روی نگرش به جراحی زیبایی دارد، این یافته با یافته های پژوهش عباس و کاراداوود (۲۰۱۷) و اسلوس و تگمانت (۲۰۱۰) همسو است. همان‌طور که قبلاً ذکر شد، عوامل تاثیر گذار زیادی در گرایش به جراحی زیبایی نقش دارند ، از جمله تاثیر رسانه ها ، پیشرفت های پزشکی و ویژگی های روانشناختی افراد مانند کاهش اعتماد به نفس و تصویر بدنی منفی ، سطح تحصیلات افراد ، سن ، جنسیت وضعیت تاهل. مطابق با روند رو به افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تعداد نوجوانانی که به سمت عمل‌های زیبایی تمایل پیدا می کنند افزایش یافته است ، طبق گزارش‌ها ، انجام این عمل های زیبایی از ۱۷/۲ درصد در سال ۲۰۱۴ به ۱۸/۲درصد در سال ۲۰۱۷ رسیده است از انجا که امروزه رسانه های اجتماعی بسیار برجسته شدند و افراد تمایل دارند بهترین خود را در رسانه های اجتماعی ارائه دهند ، و با توجه به اینکه نوجوانی دوره ای است که تغییرات جسمی ، اجتماعی ، عاطفی زیادی در آن روی می دهد ، نوجوانان به طور طبیعی با ظاهر خود درگیری فکری دارند ، به صورت مداوم ظاهر خود را در آیینه وارسی می کنند و در مورد تصویر بدنی خود احساس نگرانی می کنند. ، حال اگر در شبکه های اجتماعی نیز آرمان های زیبایی ایده آلیزه شده ارائه شود و ملاک زیبایی و پذیرش اجتماعی باشد ، باعث افزایش این نگرانی از تصویر بدنی می شوند و نوجوانان برای رفع این نگرانی و بهبود بخشیدن به تصویر بدنی خود به سمت جراحی های زیبایی تمایل پیدا می کنند (عباس و همکاران ،۲۰۱۷). از سوی دیگر رسانه‌های اجتماعی اغلب تصاویری را نمایش می‌دهند که به همان اندازه که ایده آل سازی شده اند، ویرایش نیز شده‌اند و در مجلات قرارگرفته‌اند و در نتیجه موجب ایجاد احساسات منفی در افراد می‌شوند و آن‌ها به تغییر شکل بدنی خود تمایل پیدا می‌کنند تا از احساسات منفی بکاهند. در واقع نوجوانی که در معرض شبکه های اجتماعی قرار می‌گیرند، هم‌چنین افرادی که نگرانی از تصویر بدن یا مشکلات بدشکلی بدن دارند، بیشتر از افراد دیگر تمایل مثبت به جراحی زیبایی دارند و این بیماران ممکن است به‌طور مکرر درمان جراحی را برای نقص تصور شده دنبال کنند (آل یحیی و همکاران، ۲۰۲۰).

به طور خلاصه باتوجه به یافته‌های پژوهش، مدل مفهومی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میانجی‌گری نگرانی از تصویر بدنی بر نگرش به جراحی زیبایی از برازش مطلوبی برخوردار است. ازآنجا که امروزه در رسانه‌های اجتماعی افراد چهره ایده آلیزه شده خودشان را به نمایش می‌گذارند و زیبایی و لاغری و ... را تبلیغ می‌کنند که این باعث افزایش دید منفی نوجوانان نسبت به تصویر بدنی‌شان می‌شود و از سوی دیگر امروزه ملاک‌های زیبایی در جامعه بسیار برجسته شدند و زیبایی ظاهری بیشتر از زیبایی درونی مدنظر است و دوره نوجوانی باتوجه‌به بحران‌هایی که دارد که یکی از آنها نگرش مثبت به تغییر شکل بدن و صورت است که باعث می‌شود نوجوانان نسبت به بدن و صورت احساس بهتری داشته باشند چون در غیر این صورت مورد تمسخر همسالانشان قرار می‌گیرند و این شکل‌گیری هویت سالم را به خطر می‌اندازد.

از محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به نوع روش پژوهش اشاره کرد که به‌تبع از نظر تعیین روابط علت و معلولی محدودیت دارند. همچنین به دلیل استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس و از آنجا که این پژوهش در یک گروه خاص انجام شده است، در تعمیم‌یافته‌ها به سایر جوامع آماری دیگر باید احتیاط نمود. پیشنهاد می‌شود در مطالعات آتی از روش نمونه‌گیری تصادفی برای بررسی این متغیرها استفاده شود تا تعمیم آن به سایر جوامع آماری آسان‌تر شود و همچنین به متغیرهای دیگری که می‌توانند بر نگرش به جراحی زیبایی در نوجوانان نقش داشته باشند، توجه نمود. باتوجه به یافته پژوهش توصیه می‌شود استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی و مداخله در افکار منفی نوجوانان در مورد خود زشت پنداری و نداشتن بدن ایده‌آل برای کاهش این مورد صورت پذیرد.

منابع

خزیر، ز ؛ دهداری، ط و محمودی، م. (۱۳۹۲). بررسی نگرش دانشجویان دختر علوم پزشکی نسبت به انجام جراحی زیبایی و رابطه آن با تصور از بدن.*مجله علوم پزشکی رازی*. (۱۱۷)،۹-۱. http://rjms.iums.ac.ir/article-1-2966-fa.html

محمدی، ک؛ برجعلی، الف؛ ثمری صفا، ج و ارشاد، ز.الف. (۲۰۲۰). ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه فارسی پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی در نوجوانان. *فصلنامه اندازه گیری تربیتی، ۱۰*(۳۸)، ۱۲۷-۱۴۵. https://dx.doi.org/10.22054/jem.2020.322.1008

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

Abbas, O. L., & Karadavut, U. (2017). Analysis of the factors affecting men's attitudes toward cosmetic surgery: body image, media exposure, social network use, masculine gender role stress, and religious attitudes. *Aesthetic plastic surgery*, *41*(6), 1454-1462. https://doi.org/10.1007/s00266-017-0882-3

Ashikali, E. M., Dittmar, H., & Ayers, S. (2016). Adolescent girls' views on cosmetic surgery: A focus group study. *Journal of health psychology*, *21*(1), 112-121.https://doi.org/10.1177%2F1359105314522677

Al-Yahya, T., AlOnayzan, A. H., AlAbdullah, Z. A., Alali, K. M., & Althabit, F. M. (2020). The impact of social media engagement on body image and increased popularity toward seeking cosmetic surgery. *surgery*, *20*, 21.https :// doi . org / 10.24911 / IJMDC . 51-1601290008

American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association. Text revision. https://www.jstor.org/stable/j.ctv1chs8rh

Cash, T. F. (2000). Multidimensional body-self relations questionnaire (MBSRQ). Norfolk, *VA*: Author. https://doi.org/10.2466%2F03.07.PR0.113x29z6

Ching, B. H. H., & Xu, J. T. (2019). Understanding cosmetic surgery consideration in Chinese adolescent girls: Contributions of materialism and sexual objectification. *Body Image*, *28*, 6-15. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.001

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in HumanBehavior*, *79*, 68–74. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.027

Crandall Sharp, A. (2018). The relationship between body dissatisfaction and cosmetic enhancement surgery .

de Vries DA, Peter J, de Graaf H, Nikken P. (2016).Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: testing a mediation model. *JYouth Adolesc*;45(1),211–24. https://link.springer.com /article /10.1007/s10964-015-0266-4

Fahy, A. E., Stansfeld, S. A., Smuk, M., Smith, N. R., Cummins, S., & Clark, C. (2016). Longitudinal associations between cyberbullying involvement and adolescent mental health. *Journal of Adolescent Health*, 59(5), 502-509.https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2016.06.006

Fung, S. F. (2019). Cross-cultural validation of the Social Media Disorder scale. *Psychology research and behavior management*, 12, 683. https://dx.doi.org/10.2147%2FPRBM.S216788

Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles*, 78(5), 311-324.https://doi.org/10.1007/s11199-017-0796-1

Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current opinion in psychology, 9, 1-5. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. New media & society, 20(4), 1380-1395. **Error! Hyperlink reference not valid.**

Felstead, M. (2019). Sexually Objectifying Selfies: Gender Impression Management, Body Image Concern, and Appearance-related Social Comparisons. Journal of Research in Gender Studies, 9(1), 139-145.https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=787109

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___.https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

Ga´mez-Guadix, M., & Villa-George, I. (2015). El modelo cognitivoconductual de la adiccio´n a Internet: El papel de ladepresio´n y la impulsividad en adolescentes mexicanos. *Psicologı´a y Salud,* 25(34), 111–122.**Error! Hyperlink reference not valid.**

Galanis C, Sanchez IS, Roostaeian J, Crisera C.(2013).Factors Influencing Patient Interest in Plastic Surgery and th Process of Selecting a Surgeon. *Aesthetic Surgery Journal*,33(4),585-90.https://academic.oup.com/asj/article-abstract/ 33/4/585 /204723

Groesz, L., Levine, M., & Murnen, S. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on bod satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, (21):1–16.https://doi.org/10.1002 /eat. 10005

Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. Routledge.https://doi.org/10.4324/9781003100041

Gillen, M. M., & Markey, C. H. (2021). Body image, weight management behavior, and women's interest in cosmetic surgery. *Psychology, Health & Medicine*, 26(5), 621-630.https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1776890

Henderson-King D, Henderson-King E. (2005).Acceptance of cosmetic surgery: scale development and validation.Body Image,2(2),137-49.https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.03.003

Hogue,V.J., & Mills, S. J. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women.*An International Journal of Research*, (28),1-168.https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.002

Jasso-Medrano, J. L., & Lo´pez-Rosales, F. (2018). Measuring the relationship between social media use and addictive behaviorand depression and suicide ideation among university students.*Computers in Human Behavior*, (87), 183–191. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.003

Koktowski, K. A. (2020). Social Network Site Use and Body Image among Adolescents. *Alfred University*. **Error! Hyperlink reference not valid.**

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

Khazir, Z., Dehdari, T., & Mahmoodi, M. (2014). Attitude of female medical students towards cosmetic surgery and its relation with body image. *Razi Journal of Medical Sciences*, 20(117),1-9. **Error! Hyperlink reference not valid.**

Kline, R. B. (2010). Principles and practice of structural equation modeling(Third Edition). New York: Guilford Press.**Error! Hyperlink reference not valid.**

Longobardi, C., Prino, L. E., Fabris, M. A., & Settanni, M. (2017). Muscle dysmorphia andpsychopathology: Findings from an Italian sample of male bodybuilders. *Psychiatry Research*, (256),231-236. https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.06.065

Littleton, H. L., Axsom, D., & Pury, C. L. (2005). Development of the body image concern inventory. *Behaviour Research and therapy*, 43(2), 229-241. https://doi.org/10.1016/j.brat.2003.12.006

McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., &Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, *48*(8), 1132-1140. https://doi.org/10.1002/eat.22449

Mu¨ller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duven, E., Giralt, S., &Wo¨lfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intenseand addictive use of social networking sites in adolescents.*Computers in Human Behavior*, 55, 172–177. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.007

Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., Story, M., & Perry, C. L. (2004). Weight-control behaviors among adolescent girls and boys: implications for dietary intake. *Journal of the American Dietetic Association*, *104*(6), 913-920.https://doi.org/10.1016/j.jada.2004.03.021

Orth U, Maes J, Schmitt M. (2015).Self-esteem development across the life span: a longitudinal study with a large sample from Germany. *Dev Psychol*,51(2):24–59. https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0038481

Özgür, F., Tuncali, D., & Gürsu, K. G. (1998). Life satisfaction, self-esteem, and body image: A psychosocial evaluation of aesthetic and reconstructive surgery candidates. *Aesthetic plastic surgery*, *22*(6), 412-419 https://doi.org/10.1007/s002669900226

Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods.* 40(3),879-891.https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879

Pertschuk, M. J., Sarwer, D. B., Wadden, T. A., & Whitaker, L. A. (1998). Body image dissatisfaction in male cosmetic surgery patients. *Aesthetic Plastic Surgery*, *22*(1), 20-24. https://doi.org/10.1007/s002669900160

Rideout, V. (2015). The common sense census: Media use by tweens and teens.https://apo.org.au/node/58360

Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, partI: A review of empirical support. *Adolescent ResearchReview*, (1), 95–119. https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6

Rohrich, R. J., & Cho, M. J. (2018). When is teenage plastic surgery versus cosmetic surgery okay? Reality versus hype: A systematic review. Plastic and reconstructive surgery, 142(3), 293e-302e. 10.1097/PRS.0000000000004630

Sarwer, D. B. (2019). Body image, cosmetic surgery, and minimally invasive treatments. *Body Image*, 31, 302-308. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.009

Sarwer, D. B., Cash, T. F., Magee, L., Williams, E. F., Thompson, J. K., Roehrig, M & Romanofski, M. (2005). Female college students and cosmetic surgery: An investigation of experiences, attitudes, and body image. *Plastic and reconstructive surgery*, 115(3), 931-938. 10.1097/01.PRS.0000153204.37065.D3

Slevec, J., & Tiggemann, M. (2010). Attitudes toward cosmetic surgery in middle-aged women: Body image, aging anxiety, and the media. *Psychology of women quarterly*, *34*(1), 65-74. https://doi.org/10.1111%2Fj.1471-6402.2009.01542.x

Stefanile, C., Nerini, A., & Matera, C. (2014). The factor structure and psychometric properties of the Italian version of the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale. *Body image*, 11(4):370-379 https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.06.005

Stice, E., & Shaw, H. E. (1994). Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on women and linkages to bulimic symptomatology. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *13*,288–308. https://doi.org/10.1521/jscp.1994.13.3.288

Shafie, L. A., Nayan, S., & Osman, N. (2012). Constructing identity through Facebook profiles: Online identity and visual impression management of university students in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 134–140. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.102

Shroff, H., & Thompson, J. K. (2006). The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A replication with adolescent girls. *Body image*, 3(1), 17-23. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.10.004

Slade, P. D. (1994). What is body image Behaviour research and therapy . https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0005-7967(94)90136-8

Sorice, S. C., Li, A. Y., Gilstrap, J., Canales, F. L., & Furnas, H. J. (2017). Social media and the plastic surgery patient. Plastic and reconstructive surgery, 140(5), 1047-1056. https://doi.org/10.1097/PRS.0000000000003769

Swami V, Chamorro-Premuzic T, Bridges S, Furnham A. (2009).Acceptance of cosmetic surgery: Personality and individual difference predictors. *Body image*,6(1),7-13. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2008.09.004

Shagar, P. S., Harris, N., Boddy, J., & Donovan, C. L. (2017). The relationship between body image concerns and weight-related behaviours of adolescents and emerging adults: A systematic review. *Behaviour Change*, 34(4), 208-252. https://doi.org/10.1017/bec.2018.3

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance. *American Psychological Association*. https://psycnet.apa.org/record/1999-02140-000

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y., & Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships,online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, *33*(1), 102–108. https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.003

Tekkanat, E., & Topaloglu, M. (2015). The Assessment of high schoolers' internet addiction. *Procedia—Social an Behavioral Sciences*, 205(May), 664–670. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.09.104

Tiggemann, M., & Slater, A. (2018). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633. https://doi.org/10.1002/eat.22141

Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human* Behavior, 61, 478-487. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038

Wang, J. L., Jackson, L. A., Gaskin, J., & Wang, H. Z. (2014). The effects of social networking site (SNS) use on college students' friendship and well-being. *Computers in Human Behavior*, *37*, 229–236. https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.051

Wang, Y., Chu, X., Nie, J., Gu, X., & Lei, L. (2021). Selfie-editing, facial dissatisfaction, and cosmetic surgery consideration among Chinese adolescents: A longitudinal study. *Current psychology*, 1-11. https://doi.org/10.1007/s12144-020-01280-4

Woods, H. C., & Scott, H. (2016). # Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of adolescence*, 51, 41-49. https://doi.org/10.1016/j.adole scence .201 6 .05.008

Walker, C. E., Krumhuber, E. Dayan, S., & Furnham, A. (2019). Effects of social media use on desire for cosmetic surgery among young women. *Current Psychology*. https://doi.org/10.1007/s12144-019-00282-1

Wartberg, L., Kriston, L., & Thomasius, R. (2020). Internet gaming disorder and problematic social media use in a representative sample of German adolescents: Prevalence estimates, comorbid depressive symptoms and related psychosocial aspects. *Computers in Human Behavior, 103*, 31–36. https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.014

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]
[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7]