رویش روان شناسی، سال۱۵، شماره ۶، شماره پیاپی ۱۲۳، شهریور ۱۴۰۵
Rooyesh-e-Ravanshenasi Journal(RRJ),15(6), 2026

نقش میانجی عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در رابطه میان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدن در دانشجویان

The mediating role of positive and negative affect and social comparison in the relationship between social media addiction and body image concerns in students

آرزو سعادتی
کارشناس ارشد روانشناسی بالینی، گروه روانشناسی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران.
کاظم هوشیار
کارشناس ارشد روانشناسی بالینی، گروه روانشناسی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران.
دکتر نرگس آزادمنش (نویسنده مسئول)
استادیار، گروه روانشناسی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران.

Arezu Saadaty
MSc in Clinical P Psychology, Department of Psychology, Bi.C., Islamic Azad University, Birjand, Iran.
Kazem Hoshyar
MSc in Clinical P Psychology, Department of Psychology, Bi.C., Islamic Azad University, Birjand, Iran.
Dr. Narges Azadmanesh *
Assistant Professor, Department of Psychology, Bi.C., Islamic Azad University, Birjand, Iran. nabazadmanesh@gmail.com

چکیده
پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش میانجی عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در رابطه میان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدن در دانشجویان انجام شد. پژوهش حاضر توصیفی- همبستگی از نوع مدل‌یابی معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند در سال ۱۴۰۴ بودند. ۲۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری دردسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها از مقیاس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل (AMQSN؛ خواجه احمدی و همکاران، ۱۳۹۵)، فهرست عواطف مثبت و منفی (PANAS؛ تامپسون، ۲۰۰۷)، مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی (SCOS، گیبونز و بانک، ۱۹۹۹) و پرسشنامه نگرانی از تصویر بدنی (BICI، لیتلتون و همکاران، ۲۰۰۵) استفاده شد. تحلیل داده‌ها به روش مدل‌یابی معادلات ساختاری انجام شد. یافته‌ها نشان داد که مدل پیشنهادی از برازش مطلوب برخوردار بود. نتایج نشان داد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی با نگرانی از تصویر بدنی رابطه معنادار داشتند (P<۰/۰۵)؛ همچنین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با عواطف مثبت، عواطف منفی و مقایسه اجتماعی رابطه معنادار داشت (P<۰/۰۵). نتایج آزمون بوت استرپ نشان داد که عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در رابطه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدنی نقش میانجی داشتند (P<۰/۰۵). در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی به‌صورت مستقیم با نگرانی از تصویر بدن رابطه داشت؛ همچنین این رابطه توسط عواطف و مقایسه اجتماعی میانجی‌گری شد.

واژه‌های کلیدی: *اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، عواطف مثبت و منفی، مقایسه اجتماعی، نگرانی از تصویر بدن.*

Abstract
The present study aimed to determine the role of social media addiction (SMA) through the mediation of positive and negative affect and social comparison in students' body image concerns. The present study was a descriptive-correlational study using structural equation modeling. Students of Islamic Azad University, Birjand Branch in 2025 were the statistical population of this study. 200 people were selected using convenience sampling method. To collect data, the Addiction to Mobile Questionnaire based on Social Networks (AMQSN; Khajeh Ahmadi et al., 2016), the Positive and Negative Affect Schedule (PANAS; Thompson, 2007), the Social Comparisons Orientation Scale (SCOS; Gibbons and Bank, 1999), and the Body Image Concern Inventory (BICI; Littleton et al., 2005) were used. Data analysis was performed using structural equation modeling. The findings showed that the proposed model had a good fit. The findings indicated that SMA, positive and negative affect, and social comparison were significantly associated with body image concerns (P<0.05). In addition, SMA demonstrated significant relationships with positive affect, negative affect, and social comparison (P<0.05). Results from the bootstrap analysis further revealed that positive and negative emotions, as well as social comparison, significantly mediated the relationship between SMA and body image concerns (P<0.05). Overall, these results suggest that SMA is directly associated with body image concerns, while this association is also indirectly explained through the mediating effects of affect states and social comparison processes.

Keywords: *Social Media Addiction, Positive and Negative Affect, Social Comparison, Body Image Concerns.*

نوع مقاله: پژوهشی **دریافت: آذر ۱۴۰۴** **پذیرش: دی ۱۴۰۴** **ویرایش نهایی: شهریور ۱۴۰۵**

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

مقدمه

نگرانی در مورد تصویر بدنی در دانشجویان، پیامدهای منفی قابل توجهی بر عملکرد روانشناختی، اجتماعی و تحصیلی آنها دارد. دانشجویانی که از تصویر بدنی خود ناراضی هستند، اغلب عزت نفس پایینی دارند و با افزایش اضطراب و افسردگی همراه است (عبدولی و همکاران، ۲۰۲۴). این پریشانی می‌تواند عملکرد تحصیلی آنها را مختل کند، زیرا نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی، تمرکز آنها را کاهش می‌دهد. تصویر بدنی منفی همچنین با رفتارهای ناسالم مانند الگوهای غذایی نامنظم و اعتیاد به ورزش ارتباط دارد (وو[1] و همکاران، ۲۰۲۴). علاوه بر این، نارضایتی از تصویر بدنی می‌تواند در ایجاد شرایط روانشناختی شدیدتری مانند اختلال بدشکلی بدن و افکار خودکشی نقش داشته باشد (منگوزو[2] و همکاران، ۲۰۲۴). محیط مدرسه، از جمله قلدری و شرم بدنی، با آسیب رساندن به عزت نفس و سلامت روان دانش‌آموزان، این اثرات را بیشتر تقویت می‌کند (وو و همکاران، ۲۰۲۴). نگرانی از تصویر بدنی متأثر از عوامل مختلفی است؛ در این میان استفاده افراطی از فضای مجازی و حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند نقش مهمی داشته باشد (بودگا[3] و همکاران، ۲۰۲۴).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی به طور قابل توجهی بر نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن، به ویژه در میان نوجوانان و جوانان، تأثیر می‌گذارد (ساگررا[4] و همکاران، ۲۰۲۲). استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی، کاربران را در معرض تصاویر بسیار خاص و ایده‌آل قرار می‌دهد که استانداردهای زیبایی غیرواقعی را تعیین می‌کنند و منجر به افزایش نارضایتی از بدن و خودانتقادی می‌شوند (القحطانی[5] و همکاران، ۲۰۲۵). ماهیت وسواس‌گونه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی، فراوانی مقایسه‌های مبتنی بر ظاهر و درونی‌سازی این آرمان‌های دست‌نیافتنی را افزایش می‌دهد. استفاده از فیلترها و ابزارهای ویرایش عکس، ادراکات را بیشتر تحریف می‌کند و باعث می‌شود برخی از افراد تمایل به تغییرات زیبایی برای شبیه شدن به ظاهرهای ایده‌آل تغییر یافته، داشته باشند. اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی همچنین با افزایش علائم اضطراب، افسردگی و اختلال در خوردن مرتبط است و مشکلات سلامت روان مرتبط با تصویر بدن را تشدید می‌کند (جیوتسا[6] و همکاران، ۲۰۲۱). در پژوهشی کیک و گورکان[7] (۲۰۲۳) به بررسی عوامل مؤثر بر درک تصویر بدن در مورد ظاهر فیزیکی پرداختند؛ یافته‌ها نشان داد که جنسیت زن، افزایش زمان صرف شده در اینترنت، اشتراک‌گذاری مکرر تصاویر، استفاده از فیلتر روی تصاویر و عدم احساس ناراحتی در اشتراک‌گذاری تصاویر فیلتر نشده، گذراندن بیشترین زمان در سایت‌های رسانه‌های اجتماعی، پیش‌بینی‌کننده‌های قوی تصویر بدنی منفی بودند.

همچنین پژوهش‌ها نشان می‌دهد که عاطفه مثبت و منفی هر دو نقش مهمی در شکل‌گیری نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن دارند (گاترایو[8] و همکاران، ۲۰۱۹). عاطفه مثبت، مانند احساس شادی و پذیرش خود، با تصویر بدنی سالم‌تر مرتبط است، قدردانی از بدن را تقویت می‌کند و خطر ابتلا به مشکلات سلامت روان مانند افسردگی و عزت نفس پایین را کاهش می‌دهد. افرادی که عاطفه مثبت بالاتری دارند، تمایل دارند در برابر فشارهای اجتماعی و استانداردهای زیبایی ایده‌آل، انعطاف‌پذیری بیشتری نشان دهند. برعکس، عاطفه منفی، از جمله احساساتی مانند غم، اضطراب و شرم، به شدت با افزایش نارضایتی از بدن و نگرانی‌های بیشتر در مورد ظاهر فیزیکی مرتبط است. عاطفه منفی ممکن است درونی‌سازی ایده‌آل‌های غیرواقعی بدن را تقویت کند و منجر به اختلال در خوردن و سایر رفتارهای مضر شود (مک‌کابه[9] و همکاران، ۲۰۰۱). پژوهشی نشان داد که افزایش عاطفه مثبت می‌تواند به عنوان یک عامل محافظتی عمل کند، تعامل بین این عواطف بر نحوه درک و ارزیابی افراد از بدن خود در زمینه‌های اجتماعی، از جمله پاسخ به رسانه‌ها و بازخورد همسالان، تأثیر می‌گذارد (مک‌کابه و همکاران، ۲۰۱۰). یکی دیگر از عواملی که می‌تواند بر نگرانی از تصویر بدن تأثیر بگذارد، مقایسه اجتماعی است، به ویژه از طریق مقایسه‌های رو به بالا با بدن‌های ایده‌آل به تصویر کشیده شده در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (مک‌کومب[10] و همکاران، ۲۰۲۳). قرار گرفتن در معرض بدن ایده‌آل یا خوش‌اندام اغلب مقایسه اجتماعی وضعیتی را افزایش می‌دهد، جایی که افراد بدن خود را در برابر این استانداردها ارزیابی می‌کنند و نارضایتی بیشتری از بدن را تجربه می‌کنند؛ این فرآیند مقایسه منجر به کاهش شفقت از بدن، به

1 Wu
2 Meneguzzo
3 Bodega
4 Sagrera
5 AlQahtani
6 Jiotsa
7 Çimke & Gürkan
8 Gattario
9 McCabe
10 McComb

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

ویژه در مورد ظاهر فیزیکی می‌شود. افرادی که تمایل بیشتری به مقایسه اجتماعی دارند، در برابر این اثرات منفی آسیب‌پذیرتر هستند، زیرا احتمال بیشتری دارد که درگیر مقایسه‌های مکرر و شدید ظاهر شوند (گومز[1] و همکاران، ۲۰۲۲). در پژوهشی نشان داده شد که مقایسه اجتماعی، رابطه بین قرار گرفتن در معرض تصاویر بدنی ایده‌آل و پیامدهای منفی بدن مانند نارضایتی از بدن و خود-شیءانگاری را میانجی‌گری می‌کند (داود و علی[2]، ۲۰۲۵).

از طرفی، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی به طور قابل توجهی بر عواطف مثبت و منفی (لیانگ[3] و همکاران، ۲۰۲۴؛ ژاو[4] و همکاران، ۲۰۲۴) و همچنین فرآیندهای مقایسه اجتماعی (پیکو[5] و همکاران، ۲۰۲۴؛ سرویدو[6] و همکاران، ۲۰۲۴) تأثیر می‌گذارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در ابتدا می‌تواند عواطف مثبت را افزایش دهد و احساس ارتباط و لذت را تقویت کند. با این حال، استفاده طولانی مدت، ترس از دست دادن را تشدید می‌کند و در نهایت عواطف منفی مانند اضطراب، تنهایی و افسردگی را تشدید می‌کند (لیانگ و همکاران، ۲۰۲۴). چرخه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با تقویت ترس از دست دادن توسط مقایسه اجتماعی، افزایش تعامل بیشتر در رسانه‌های اجتماعی و تقویت رفتارهای اعتیادآور، حفظ می‌شود (پیکو و همکاران، ۲۰۲۵). در پژوهشی نشان داده شد که اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی یک پویایی عاطفی پیچیده ایجاد می‌کند که در آن عواطف مثبت به‌طور موقت افزایش پیدا می‌کند اما در طولانی مدت عواطف منفی غالب می‌شوند و سلامت روان را تحت شعاع قرار می‌دهند (سرویدو و همکاران، ۲۰۲۴).

عاطفه مثبت و منفی می‌توانند واسطه رابطه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدن باشد، زیرا احساسات بر نحوه تفسیر و پاسخ افراد به محتوای رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند (لین[7] و همکاران، ۲۰۲۵). اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی اغلب منجر به افزایش مواجهه با تصاویر ایده‌آل و متمرکز بر ظاهر می‌شود که می‌تواند باعث ایجاد عواطف منفی مانند اضطراب، افسردگی و نارضایتی از بدن شود؛ این احساسات منفی با تقویت احساسات ناکافی و خود-شیءانگاری، آسیب‌پذیری در برابر نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن را افزایش می‌دهند. برعکس، عاطفه مثبت ممکن است با افزایش عزت نفس و ارتباط اجتماعی، این اثرات را به طور موقت خنثی کند، اما در اعتیاد، احساسات مثبت اغلب زودگذر می‌شوند (کزبواج[8] و همکاران، ۲۰۲۵). پژوهشی نشان داد که با افزایش شدت اعتیاد، عاطفه منفی تشدید می‌شود و منجر به نارضایتی بیشتر از بدن و خود-ادراکی تحریف‌شده می‌شود (سانزاری[9] و همکاران، ۲۰۲۳). به این ترتیب، عاطفه مثبت و منفی به عنوان مسیر روانی عمل می‌کند که از طریق آن اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی بر تصویر بدن تأثیر می‌گذارد و هم بر ارزیابی شناختی و هم بر پاسخ‌های عاطفی به مقایسه‌های اجتماعی مرتبط با بدن در رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. همچنین بررسی مطالعات پیشین نشان داده شده است که مقایسه اجتماعی (بونفانتی[10] و همکاران، ۲۰۲۵؛ فاردولی[11] و همکاران، ۲۰۱۵؛ سیکس[12] و همکاران، ۲۰۲۰) می‌تواند بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدن نقش میانجی داشته است؛ در واقع استفاده افراطی به واسطه افزایش مقایسه اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در نگرانی از تصویر بدن داشته باشد.

اگرچه نقش میانجی عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در پژوهش‌های مختلف در رابطه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی‌های از تصویر بدن مورد توجه پژوهشگران بوده است، اما در یک مطالعه واحد در نمونه ایرانی نقش میانجی همزمان این دو متغیر (عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی) مورد توجه پژوهشگران نبوده است. همچنین انجام این پژوهش از نظر کاربردی در راستای تدوین مداخلات پیشگیرانه و درمانی در زمینه نگرانی از تصویر بدن حائز اهمیت است. بر این اساس پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش میانجی عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در رابطه میان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدن در دانشجویان انجام شد.

1 Gomez
2 Dawood & Ali
3 Liang
4 Zhao
5 Pikó
6 Servidio
7 Lin
8 Czubaj
9 Sanzari
10 Bonfanti
11 Fardouly
12 Seekis

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

روش

روش پژوهش حاضر توصیفی- همبستگی از نوع مدل‌یابی معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند در سال ۱۴۰۴ بودند. حجم نمونه در این مطالعه بر اساس فرمول پیشنهادی کلاین[1] (۲۰۱۱) برای پژوهش‌های مدل‌یابی معادلات ساختاری محاسبه و نمونه نهایی ۲۰۰ نفر برآورد شد. روش نمونه‌گیری در این مطالعه به روش غیرتصادفی در دسترس تا تکمیل نمونه مورد نیاز انجام شد. دامنه سنی ۱۸ الی ۴۰ سال، عدم سابقه مشروطی در طول دوران تحصیلی و عدم تجربه سوگ در طی شش ماه گذشته به‌عنوان معیارهای ورود در نظر گرفته شد که به صورت خودگزارشی ارزیابی شدند. همچنین عدم تکمیل پرسشنامه‌ها به‌عنوان معیار خروج درنظر گرفته شد. نمونه‌گیری به صورت آنلاین با استفاده از فرم نظرسنجی پرس‌لاین انجام شد؛ سوالات مربوط به معیارهای ورود، فرم رضایت آگاهانه و سوالات پرسشنامه به همراه راهنمای پاسخ به سوالات در سامانه پرس‌لاین طراحی و لینک آن از طریق گروه‌های مجازی دانشجویی (واتس‌آپ، ایتا و تلگرام) در اختیار دانشجویان قرار داده شد؛ نمونه‌گیری تا دستیابی به نمونه مورد نظر ادامه داده شد. ملاحظات اخلاقی پژوهش حاضر به‌طور کامل رعایت شد. پیش از آغاز گردآوری داده‌ها، کلیه شرکت‌کنندگان پس از دریافت توضیحات لازم درباره ماهیت، اهداف، روش اجرا و مدت زمان پژوهش، فرم رضایت آگاهانه را مطالعه و تأیید کردند. در این فرم به‌صراحت تأکید شده بود که مشارکت در پژوهش کاملاً داوطلبانه است و دانشجویان در هر مرحله از پژوهش، بدون هیچ‌گونه پیامد حق انصراف از ادامه همکاری را دارند. همچنین به شرکت‌کنندگان اطمینان داده شد که عدم تمایل به مشارکت یا انصراف از پژوهش، هیچ تأثیری بر وضعیت تحصیلی یا ارزیابی‌های دانشگاهی آنان نخواهد داشت. به‌منظور رعایت اصل محرمانگی، اطلاعات جمع‌آوری‌شده به‌صورت ناشناس ثبت شد و از درج نام، شماره دانشجویی یا هرگونه اطلاعات هویتی قابل شناسایی خودداری گردید. داده‌ها صرفاً برای اهداف پژوهشی استفاده شدند و دسترسی به آن‌ها محدود به پژوهشگر اصلی بود. نتایج نیز به‌صورت گروهی گزارش شد تا امکان شناسایی افراد وجود نداشته باشد. افزون بر این، به شرکت‌کنندگان اطلاع داده شد که پرسشنامه‌ها شامل سؤالات حساس یا آسیب‌زا نیست و پاسخ‌دهی به آن‌ها هیچ‌گونه خطر جسمانی یا روان‌شناختی به دنبال ندارد. همچنین در صورت بروز هرگونه ناراحتی احتمالی، امکان توقف پاسخ‌دهی فراهم بود. در نهایت، تحلیل داده‌ها در نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۷ و Amos نسخه ۲۴ با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری و روش بوت‌استرپ انجام شد.

ابزار سنجش

مقیاس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل (AMQSN)[2]: برای سنجش میزان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل، از مقیاس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده گردید. این ابزار توسط خواجه احمدی و همکاران در سال ۱۳۹۵ تدوین شده و شامل ۲۳ گویه است که در چهار مؤلفه اصلی سازماندهی شده‌اند: مؤلفه‌های اصلی عبارتند از عملکرد فردی، مدیریت زمان، خودکنترلی و روابط اجتماعی. نمره‌گذاری گویه‌ها بر اساس مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای از کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵ صورت می‌گیرد. حداقل نمره کلی قابل کسب در این پرسشنامه ۲۳ و حداکثر نمره ۱۱۵ است. روایی و پایایی این ابزار توسط سازندگان مورد تأیید قرار گرفته است. روایی صوری و محتوایی توسط ده نفر از اساتید دانشگاه بررسی و تأیید شده است. همچنین، روایی سازه مقیاس و چهار مؤلفه آن از طریق تحلیل عاملی اکتشافی مورد سنجش و تأیید قرار گرفته است (خواجه احمدی و همکاران، ۱۳۹۵). پایایی درونی کل مقیاس در پژوهش اصلی خواجه احمدی و همکاران (۱۳۹۵) با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲ گزارش شده است. در مطالعه حاضر، مقدار آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۰ محاسبه گردید.

فهرست عواطف مثبت و منفی (PANAS)[3]: این فهرست شامل ۲۰ سوال است که ده سوال آن مربوط به عواطف مثبت و ده سوال آن مربوط به عواطف منفی است که توسط تامپسون[4] (۲۰۰۷) طراحی شده است. نمره‌گذاری این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت پنج درجه‌ای از بسیار کم (نمره ۱) تا بسیار زیاد (نمره ۵) می‌باشد، دامنه نمرات در هر زیرمقیاس بین ۱۰ الی ۵۰ است و نمرات بیشتر نشان دهنده‌ی تجربه بیشتر عواطف مثبت و منفی است. روایی این پرسشنامه به روش تحلیل عاملی اکتشافی بررسی شد، این پرسشنامه با دو عامل شناسایی و تأیید شد که همه سوالات بار عاملی بیش از ۰/۳۰ داشتند؛ پایایی به روش بازآزمایی در ۱۶۳ نفر با فاصله دو هفته

1 Kline
2 Addiction to Mobile Questionnaire based on Social Networks (AMQSN)
3 Positive and Negative Affect Schedule (PANAS)
4 Thompson

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

۰/۸۲ محاسبه شده است (تامپسون، ۲۰۰۷). در ایران روایی همگرای عواطف منفی با پرسشنامه اضطراب ۰/۵۲ محاسبه شد و همسانی درونی با استفاده از آلفای کرونباخ برای این دو زیر مقیاس ۰/۸۷ گزارش شده است (بخشی پوررودسری و دژکام، ۱۳۸۴). در پژوهش حاضر آلفای کرونباخ برای عواطف مثبت ۰/۷۷ و برای عواطف منفی ۰/۷۸ بود.

مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی (SCOS)[1]: این مقیاس با ۱۱ سوال توسط گیبونز و بانک[2] (۱۹۹۹) طراحی شده است. نمره‌گذاری در این مقیاس بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از کاملا مخالفم (نمره ۱) الی کاملا موافقم (نمره ۵) نمره‌گذاری می‌شود؛ دامنه نمرات در این ابزار بین ۹ الی ۴۵ است و نمرات بیشتر نشان دهنده‌ی مقایسه اجتماعی بیشتر است (گیبونز و بانک، ۱۹۹۹). پایایی این پرسشنامه به روش همسانی درونی با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱ و روایی به روش تحلیل عاملی اکتشافی بررسی شد و دو عامل توانایی و عقیده شناسایی شد که در مجموع ۷۳ درصد واریانس را تبیین کردند (گیبونز و بانک، ۱۹۹۹). در نمونه ایرانی پایایی به روش همسانی درونی ۰/۸۰ و روایی به روش سازه با محاسبه تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد و فقط ۹ سوال بار عاملی بالای ۰/۴۰ داشتند (احمدی قوزلوجه و مهدی زاده تواسانی، ۱۳۹۸)؛ در این پژوهش از نسخه ایرانی ۹ سوالی استفاده شد که آلفای کرونباخ آن ۰/۷۸ محاسبه شد.

سیاهه نگرانی از تصویر بدنی (BICI)[3]: این سیاهه توسط لیتلتون[4] و همکاران (۲۰۰۵) با ۱۹ سوال طراحی شده است، نمره‌گذاری بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از هرگز (نمره ۱) الی همیشه (نمره ۵) انجام می‌شود؛ دامنه نمرات بین ۱۹ الی ۹۵ است و نمرات بیشتر نشان دهنده‌ی نگرانی بالاتر نسبت به بدن است. همسانی درونی با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳ و روایی همگرا با علائم وسواس فکری عملی ۰/۳۵ محاسبه شده است (لیتلتون و همکاران، ۲۰۰۵). در نمونه ایرانی شریف‌نیا و همکاران (۲۰۲۴) روایی این سیاهه به روش تحلیل عاملی اکتشافی بررسی شده است؛ دو عامل استخراج شده (نارضایتی و خجالت فرد از ظاهر خود و تداخل نگرانی در عملکرد اجتماعی فرد) نشان داد که کل واریانس تجمعی تبیین شده توسط این عوامل، ۴۴/۴۶ درصد از کل واریانس بوده است. بارهای عاملی آیتم‌ها بین ۰/۴۲ و ۰/۹۷ متغیر بود. همچنین آلفای کرونباخ نیز ۰/۸۹ محاسبه شده است. در مطالعه حاضر، مقدار آلفای کرونباخ برای کل سیاهه ۰/۷۴ محاسبه گردید.

یافته ها

در پژوهش حاضر ۲۰۰ نفر شرکت داشتند. شرکت‌کنندگان در میانگین و انحراف معیار سنی ۲۶/۷۷±۵/۳۶ سال بودند. از نظر جنسیت ۱۰۰ نفر (۵۰ درصد) زن و ۱۰۰ نفر (۵۰ درصد) مرد بودند. ۹ نفر (۴/۵ درصد) مقطع تحصیلی خود را ثبت نکرده بودند، ۵۵ نفر (۲۷/۵ درصد) مقطع کارشناسی و ۱۳۶ نفر (۶۸ درصد) مقطع کارشناسی ارشد بودند. ۱۰۰ نفر (۵۰ درصد) بیکار/خانه‌دار، ۳۵ نفر (۱۷/۵ درصد) شغل آزاد و ۶۵ نفر (۳۲/۵ درصد) شغل دولتی داشتند. ۱۵۱ نفر (۷۵/۵ درصد) مجرد، ۴۷ نفر (۳۲/۵ درصد) متاهل و ۲ نفر (۱ درصد) وضعیت تاهل را ثبت نکرده بودند. در جدول ۱ یافته‌های توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱: یافته‌های توصیفی متغیرهای پژوهش و ضرایب همبستگی پیرسون

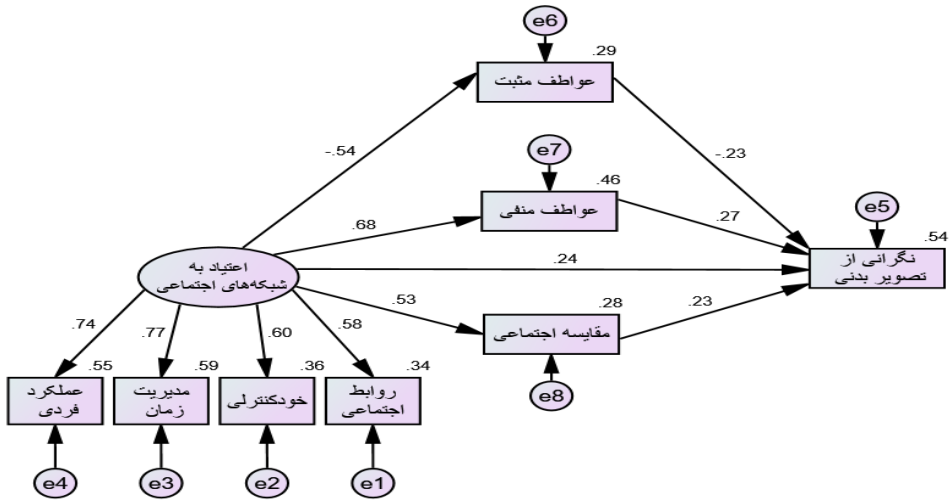
متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵
۱- نگرانی از تصویر بدنی	۱				
۲- اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	۰/۵۷ **	۱			
۳- عواطف مثبت	-۰/۵۳ **	-۰/۴۶ **	۱		
۴- عواطف منفی	۰/۶۰ **	۰/۵۷ **	-۰/۴۱ **	۱	
۵- مقایسه اجتماعی	۰/۵۲ **	۰/۴۵ **	-۰/۳۰ **	۰/۳۸ **	۱
میانگین	۳۶/۶۶	۴۸/۷۵	۲۴/۲۱	۲۱/۹۹	۲۲/۴۲
انحراف معیار	۵/۹۴	۱۱/۸۸	۶/۴۷	۴/۹۷	۱۰/۲۴

1 Social Comparisons Orientation Scale (SCOS)
2 Gibbons & Buunk
3 Body Image Concern Inventory (BICI)
4 Littleton

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

کجی	۰/۳۶	۰/۳۲	۰/۵۶	۰/۲۲	۰/۴۹
کشیدگی	-۰/۲۳	-۰/۱۴	۰/۵۶	-۰/۲۸	-۰/۶۱

نتایج ضرایب همبستگی در جدول ۱ نشان داد که نگرانی از تصویر بدنی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی (r=۰/۵۷)، عواطف منفی (r=۰/۵۳) و مقایسه اجتماعی (r=۰/۵۲) همبستگی مثبت و معنادار داشت؛ در مقابل با عواطف مثبت (r=-۰/۵۳) همبستگی منفی و معنادار داشت (P<۰/۰۵). آماره شاخص‌های کجی و کشیدگی در محدوده ۲ الی ۲- قرار داشت که نشان دهنده‌ی نرمال بودن توزیع داده‌ها در متغیرهای پژوهش است؛ همچنین ضریب مردیا در این مطالعه ۳/۰۲ محاسبه شد، به عبارت دیگر نرمال بودن چند متغیری نیز برقرار است، زیرا مقدار این آماره کمتر از ۸ می‌باشد. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها می‌توان از آزمون‌های پارامتری استفاده کرد. وجود رابطه خطی بین متغیرهای پژوهش یکی از مهم‌ترین پیش‌فرض‌های آماری در اجرای مدل‌یابی معادلات ساختاری است، که در این پژوهش احراز شد. به منظور اجرای آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری و بررسی برازش مدل پیشنهادی، سپس پیش‌فرض‌های استقلال خطاها و عدم هم‌خطی چندگانه بررسی شد، نتایج نشان داد که آماره دوربین واتسون[1] برابر با ۱/۹۱ و در دامنه مطلوبیت ۱/۵۰ تا ۲/۵۰ قرار دارد و بیانگر استقلال باقی‌مانده‌ها است. همچنین هرچه مقدار تولرانس بیشتر (نزدیک به ۱) باشد، میزان هم‌خطی کمتر است؛ در این مطالعه میزان تلورانس برای متغیرهای پیش‌بین و میانجی بین ۰/۵۶ الی ۰/۷۴ محاسبه شد که نشانگر هم‌خطی مطلوب است. به‌منظور آزمون مدل مفهومی پژوهش از مدل معادلات ساختاری با حداکثر درست‌نمایی استفاده شد، ضرایب مسیر در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱: مدل برازش شده پژوهش در حالت استاندارد

با توجه به نتایج شکل ۱ مدل پیشنهادی نقش میانجی عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در رابطه بین رفتار اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدنی در مجموع ۵۴ درصد از واریانس را پیش‌بینی کرد؛ در ادامه ضرایب مسیرهای مستقیم در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: ضرایب اثرات مستقیم متغیرهای مدل معادلات ساختاری

مسیرها	ضریب مسیر	خطا استاندارد	مقدار t	حد پایین	حد بالا	مقدار P
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی--- نگرانی از تصویر بدنی	۰/۲۴	۰/۱۰	۲/۳۱	۰/۰۵	۰/۴۱	۰/۰۱
مقایسه اجتماعی--- نگرانی از تصویر بدنی	۰/۲۳	۰/۰۶	۳/۷۶	۰/۱۱	۰/۳۲	۰/۰۱
عواطف منفی--- نگرانی از تصویر بدنی	۰/۲۷	۰/۰۷	۳/۶۹	۰/۱۴	۰/۳۸	۰/۰۱
عواطف مثبت--- نگرانی از تصویر بدنی	-۰/۲۳	۰/۰۶	-۳/۷۷	-۰/۳۳	-۰/۱۳	۰/۰۱

1 Durbin-Watson

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی--- عواطف مثبت	-۰/۵۴	۰/۰۵	-۶/۱۱	۰/۴۴	۰/۶۲	۰/۰۱
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی--- عواطف منفی	۰/۶۸	۰/۰۵	۶/۹۸	۰/۵۸	۰/۷۴	۰/۰۱
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی--- مقایسه اجتماعی	۰/۵۳	۰/۰۶	۶/۰۳	-۰/۶۳	-۰/۴۳	۰/۰۱

نتایج در جدول ۲ نشان داد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی (β=۰/۲۴)، مقایسه اجتماعی (β=۰/۲۳)، عواطف منفی (β=۰/۲۷) و عواطف مثبت (β=-۰/۲۳) با نگرانی از تصویر بدنی رابطه معنادار داشتند (P<۰/۰۵)؛ همچنین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با عواطف مثبت (β=-۰/۵۴)، عواطف منفی (β=۰/۶۸) و مقایسه اجتماعی (β=۰/۵۳) رابطه معنادار داشت (P<۰/۰۵)؛ در واقع می‌توان گفت روابط خطی بین متغیرهای مدل معنادار است و در ادامه، نتایج تحلیل میانجی در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: اثرات میانجی مدل معادلات ساختاری

مسیرها	ضریب مسیر	خطا استاندارد	حد پایین	حد بالا	مقدار P
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی --- عواطف مثبت -- نگرانی از تصویر بدنی	۰/۱۴	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۲۱	۰/۰۱
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی --- عواطف منفی -- نگرانی از تصویر بدنی	۰/۲۱	۰/۰۵	۰/۱۴	۰/۳۱	۰/۰۱
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی --- مقایسه اجتماعی -- نگرانی از تصویر بدنی	۰/۱۴	۰/۰۳	۰/۰۷	۰/۲۱	۰/۰۱

به منظور بررسی نقش میانجی از روش بوت استرپ استفاده شد، نتیجه در جدول ۳ نشان داد که عواطف مثبت (β=۰/۱۴)، عواطف منفی (β=۰/۲۱) و مقایسه اجتماعی (β=۰/۱۴) در رابطه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدنی نقش میانجی داشتند (P<۰/۰۵). در ادامه شاخص‌های برازش حاصل از مدل پیشنهادی ارائه شده است.

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل مفهومی پژوهش

شاخص‌های برازش	CMIN	P	df	CMIN/DF	CFI	GFI	AGFA	IFI	NFI	RMSEA
مدل پژوهش	۱۸/۸۲	۰/۳۴	۱۷	۱/۱۱	۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۵	۰/۹۹	۰/۹۶	۰/۰۲
معیار تصمیم	-	P>۰/۰۵	-	<۵	>۰/۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰	<۰/۰۸

نتایج جدول ۴ نشان داد که شاخص‌های برازندگی حاصل از مدل معادلات ساختاری مدل‌یابی نقش میانجی عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در رابطه میان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدن در دانشجویان از برازش مطلوب برخوردار بود، چرا که مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA=۰/۰۲) مطلوب گزارش شد؛ همچنین شاخص نیکویی برازش (GFI=۰/۹۸)، شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI=۰/۹۵)، شاخص تناسب هنجار (NFI=۰/۹۶)، شاخص تناسب افزایشی (IFI=۰/۹۹) و شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI=۰/۹۹) بزرگتر از معیار ۰/۹۰ می‌باشند. همچنین شاخص مجذور کای دو/درجه آزادی (X2/df=۱/۱۱) کمتر از ۵ محاسبه شد که نشان دهنده‌ی برازش مطلوب مدل پیشنهادی است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش میانجی عواطف مثبت و منفی و مقایسه اجتماعی در رابطه میان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدن در دانشجویان انجام شد. یافته اول نشان داد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با نگرانی از تصویر بدن رابطه مثبت داشت؛ در واقع افزایش نمره در اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با افزایش نگرانی از تصویر بدنی رابطه داشت. این یافته با پژوهش‌های ساگررا و همکاران (۲۰۲۲)، القحطانی و همکاران (۲۰۲۵) و جیوتسا و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأثیر چشمگیری بر نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی دارد، زیرا کاربران را در معرض استانداردهای زیبایی غیرواقعی و به شدت ایده‌آل‌سازی شده قرار می‌دهد، که از طریق مقایسه مداوم با تصاویر و پروفایل‌های فیلتر شده موجب نارضایتی از ظاهر خود می‌شود. این روند به خودشیفتگی منجر می‌شود که فرد خود را صرفاً بر اساس ظاهر قضاوت می‌کند و احساس کمبود و استرس

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

را افزایش می‌دهد (جیوتسا و همکاران، ۲۰۲۱). همچنین فشار اجتماعی برای دریافت تأیید از طریق لایک‌ها و نظرات نیز باعث تقویت این نگرانی‌ها شده، به گونه‌ای که افراد به نظارت مکرر و وسواسی بر ظاهر خود می‌پردازند؛ در نهایت، گرچه برخی محتواهای شبکه‌های اجتماعی به تقویت تصویر بدنی مثبت می‌انجامد، اثرات منفی ناشی از اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی غالب است و موجب افزایش نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی می‌شود (ساگررا و همکاران، ۲۰۲۲).

یافته دوم پژوهش نشان داد که عواطف مثبت و منفی با نگرانی از تصویر بدن رابطه داشت. این یافته با پژوهش‌های گاترایو و همکاران (۲۰۱۹) و مک‌کابه و همکاران (۲۰۰۱) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که عاطفه مثبت و منفی با شکل دادن به چگونگی ارزیابی عاطفی افراد از ظاهر و ارزش خود، بر نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن تأثیر می‌گذارند. هنگامی که افراد عواطف مثبت را تجربه می‌کنند، احتمال بیشتری وجود دارد که تصویر بدنی سالمی را پرورش دهند، احساس اعتمادبنفس کنند و در برابر فشارهای اجتماعی برای مطابقت با استانداردهای زیبایی غیرواقعی مقاومت کنند؛ عواطف منفی می‌توانند منجر به مقایسه‌های مکرر و مضر با دیگران شوند، احساس شرم و نارضایتی از بدن خود را تشدید کنند و چرخه‌ای از عزت نفس پایین و پریشانی عاطفی مرتبط با ظاهر را تداوم بخشند (گاترایو و همکاران، ۲۰۱۹).

یافته سوم نشان داد که مقایسه اجتماعی با نگرانی از تصویر بدن رابطه داشت؛ درواقع نمرات بالا در مقایسه اجتماعی با افزایش نگرانی از تصویر بدنی رابطه داشت. این یافته با پژوهش‌های مک‌کومب و همکاران (۲۰۲۳) و داود و علی (۲۰۲۵) همسو است. در تبیین می‌توان به این نکته اشاره کرد که مقایسه اجتماعی، به‌ویژه از نوع مقایسه رو به بالا، فرآیندی شناختی-ارزشی را فعال می‌کند که در آن فرد ظاهر جسمانی خود را در برابر دیگران ارزیابی می‌کند. این ارزیابی‌ها معمولاً در بستر شبکه‌های اجتماعی با تصاویری انجام می‌شود که به‌صورت گزینشی، ویرایش‌شده و غیرواقع‌بینانه ارائه شده‌اند و بازنمایی دقیقی از تنوع طبیعی بدن‌ها ندارند. در نتیجه، فاصله ادراک‌شده میان بدن واقعی فرد و بدن ایده‌آل برجسته می‌شود و این شکاف ادراکی به افزایش نارضایتی از بدن و نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن می‌انجامد (مک‌کومب و همکاران، ۲۰۲۳). از دیدگاه نظریه درونی‌سازی ایده‌آل‌های بدنی، تکرار مواجهه با استانداردهای محدود زیبایی سبب می‌شود افراد این معیارها را به‌عنوان ملاک‌های شخصی ارزش‌گذاری بپذیرند و خودارزیابی بدنی را بر اساس آن‌ها انجام دهند و در نتیجه افراد نسبت به بدن خود تصویر منفی داشته باشند (داود و علی، ۲۰۲۵).

یافته چهارم نشان داد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با عواطف مثبت و منفی رابطه داشت. این یافته با پژوهش‌های لیانگ و همکاران (۲۰۲۴) و ژاو و همکاران (۲۰۲۴) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که طبق نظریه شرطی‌سازی عامل، تقویت متناوب ارائه شده توسط لایک‌ها، نظرات و تعاملات، استفاده اجباری را تقویت کرده و نوسانات عاطفی را ایجاد می‌کند، به‌طوری که میزان دریافت این پاداش‌ها نقش مؤثری در تجربه عواطف دارد (لیانگ و همکاران، ۲۰۲۴)؛ همچنین بر اساس مدل‌های عصب‌زیستی، استفاده مکرر و اعتیادگونه از شبکه‌های اجتماعی با فعال‌سازی پی‌درپی سیستم پاداش مغز، به‌ویژه مسیر مزولیمبیک و ترشح دوپامین، همراه است. محرک‌هایی مانند دریافت لایک، کامنت یا تعاملات ناگهانی به‌عنوان پاداش‌های متناوب عمل می‌کنند و باعث افزایش ترشح دوپامین در نواحی‌ای مانند هسته آکومبنس می‌شوند. این الگوی پاداش متناوب، یادگیری تقویتی را در پی دارد و فرد را به جست‌وجوی مکرر محرک‌های پاداش‌دهنده سوق می‌دهد. با تداوم این فرآیند، حساسیت سیستم پاداش به محرک‌های طبیعی و روزمره کاهش می‌یابد و فرد برای تجربه همان سطح از لذت یا رضایت هیجانی، نیازمند استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی می‌شود. در نتیجه، نوسانات هیجانی افزایش می‌یابد و هیجان‌های مثبت به شدت وابسته به بازخوردهای بیرونی می‌شوند. از سوی دیگر، کاهش کارآمدی قشر پیش‌پیشانی در مهار تکانه‌ها و تنظیم هیجان، باعث تضعیف کنترل شناختی و افزایش واکنش‌پذیری هیجانی می‌شود. این عدم تعادل بین سیستم پاداش و سیستم‌های کنترل شناختی، ثبات هیجانی را کاهش داده و فرد را مستعد تجربه عواطف منفی مانند اضطراب، تحریک‌پذیری و احساس خلأ هیجانی در غیاب محرک‌های آنلاین می‌سازد (ژاو و همکاران، ۲۰۲۴).

یافته پنجم نشان داد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با مقایسه اجتماعی رابطه داشت. این یافته با پژوهش‌های پیکو و همکاران (۲۰۲۴) و سرویدو و همکاران (۲۰۲۴) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که تصویرسازی آنلاین و مقایسه‌های اجتماعی در بستر شبکه‌های اجتماعی، زمینه‌ساز افزایش احساس ناکافی بودن، حسادت و نارضایتی از خود می‌شود. افراد معمولاً تمایل دارند بازنمایی‌های ایده‌آل‌شده از زندگی، ظاهر و موفقیت دیگران را با واقعیت زندگی خود مقایسه کنند؛ مقایسه‌ای که اغلب به زیان فرد تمام می‌شود و با کاهش رضایت از خود و افزایش استرس و اضطراب همراه است. این وضعیت به‌تدریج فرد را وارد چرخه‌ای معیوب می‌کند که در آن نیاز به تأیید اجتماعی، حساسیت نسبت به بازخوردهای بیرونی و احساس بی‌ارزشی تشدید می‌شود (پیکو و همکاران، ۲۰۲۴). بر

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

اساس نظریه مقایسه اجتماعی فستینگر[1] (۱۹۵۴)، انسان‌ها دارای انگیزه‌ای ذاتی برای ارزیابی توانایی‌ها، ظاهر و دستاوردهای خود از طریق مقایسه با دیگران هستند. پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی با ارائه تصاویر گزینشی و اغلب غیرواقع‌بینانه، این فرآیند مقایسه را تشدید کرده و فرصت مقایسه‌های رو به بالا و رو به پایین را به‌طور مستمر فراهم می‌سازند. در چنین شرایطی، مقایسه‌های رو به بالا که در آن فرد خود را پایین‌تر از دیگران ارزیابی می‌کند بیشتر فعال شده و احساس ناکافی بودن را افزایش می‌دهد (کیم[2] و همکاران، ۲۰۲۱).

یافته ششم نشان داد که عواطف مثبت و منفی بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و افزایش نگرانی از تصویر بدنی نقش میانجی داشت؛ این یافته با پژوهش‌های لین و همکاران، (۲۰۲۵) و کزبواج و همکاران (۲۰۲۵) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بر اساس نظریه شرطی‌سازی فعال و رفتاری شناختی تبیین نمود که عواطف منفی می‌تواند نقش میانجی در رابطه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نگرانی از تصویر بدنی ایفا کند، زیرا الگوهای یادگیری و پردازش‌های شناختی ناکارآمد به‌طور همزمان فعال می‌شوند. از دیدگاه شرطی‌سازی فعال، استفاده از شبکه‌های اجتماعی از طریق تقویت‌های متناوب مانند لایک، کامنت (تأیید اجتماعی) شرطی می‌شود و در صورت کاهش یا فقدان این پاداش‌ها، هیجان‌های منفی نظیر اضطراب و خشم بروز می‌یابند. این هیجان‌های منفی به‌عنوان پیامدهای تنبیهی، توجه فرد را به ارزیابی ظاهر و بازخوردهای ظاهری معطوف می‌کنند، چرا که افراد با عدم دریافت تأیید اجتماعی، معیارهای زیبایی خود را تحریف می‌کنند (زیلمن[3]، ۱۹۸۸). در چارچوب نظریه رفتاری شناختی، مواجهه مداوم با تصاویر ایده‌آل، باورهای ناکارآمدی درباره ارزشمندی فرد بر اساس ظاهر فعال می‌سازد. این باورها افکار خودانتقادی و تحریف‌های شناختی مانند تعمیم افراطی و مقایسه ناعادلانه را تقویت می‌کنند که به تجربه عواطف منفی منجر می‌شود. عواطف منفی حاصل، حساسیت فرد نسبت به نقص‌های بدنی ادراک‌شده را افزایش داده و نگرانی از تصویر بدنی را تشدید می‌کند (جانسون[4] و همکاران، ۲۰۱۴).

یافته هفتم نشان داد که مقایسه اجتماعی بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و افزایش نگرانی از تصویر بدنی نقش میانجی داشت؛ این یافته با پژوهش‌های بونفانتی و همکاران (۲۰۲۵)، فاردولی و همکاران (۲۰۱۵) و سیکس و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان نمود که مقایسه اجتماعی نقش میانجی‌گری مهمی بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و افزایش نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی ایفا می‌کند، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود افراد بیشتر به مشاهده و مقایسه مداوم ظاهر و سبک زندگی خود با دیگران بپردازند، به ویژه با تصاویر ایده‌آل و فیلتر شده که استانداردهای غیرواقعی زیبایی را نمایان می‌سازند (فاردولی و همکاران، ۲۰۱۵). بر اساس چارچوب نظری فستینگر (۱۹۵۴)، تداوم مقایسه‌های اجتماعی ناکام‌کننده از بدن می‌تواند به نارضایتی، احساس ناکافی بودن و کاهش ارزشمندی ادراک‌شده خود بینجامد. زمانی که این فرآیند به‌صورت مکرر و اجتناب‌ناپذیر در بستر شبکه‌های اجتماعی رخ می‌دهد، مقایسه اجتماعی به سازوکاری واسطه‌ای تبدیل می‌شود که از طریق آن، اثر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی منتقل و تقویت می‌گردد. بدین‌ترتیب، افزایش نگرانی از تصویر بدنی در نتیجه ارزیابی‌های مقایسه‌ای مداوم و نامطلوبی شکل می‌گیرد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی آن را تسهیل و تشدید می‌کند (سیکس و همکاران، ۲۰۲۰).

از مجموع این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با افزایش نگرانی از تصویر بدنی در ارتباط بود؛ همچنین این رابطه به واسطه عواطف مثبت و منفی و همچنین مقایسه اجتماعی میانجی‌گری شد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در افزایش نگرانی‌ها در مورد تصویر بدن نقش دارد و تجربیات عاطفی و مقایسه اجتماعی نقش کلیدی در این فرآیند ایفا می‌کنند. در این پژوهش چند محدودیت وجود دارد که باید مدنظر قرار گیرد؛ نخست اینکه استفاده از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس می‌تواند تعمیم‌پذیری نتایج را محدود کند، زیرا شرکت‌کنندگان فقط شامل دانشجویانی بودند که داوطلبانه به لینک آنلاین پاسخ دادند. دوم، داده‌ها به‌صورت خودگزارشی جمع‌آوری شدند و این امر احتمال سوگیری پاسخ‌دهی، مانند مطلوبیت اجتماعی یا یادآوری نادرست، را افزایش می‌دهد. سوم، انجام نمونه‌گیری به‌صورت آنلاین، از طریق شبکه‌های اجتماعی ممکن است باعث شود تنها دانشجویانی مشارکت کنند که دسترسی کافی به اینترنت و تجربه استفاده از پلتفرم‌های مجازی دارند؛ بنابراین احتمال سوگیری انتخاب و کاهش نمایندگی واقعی جامعه آماری وجود دارد. چهارم، عدم کنترل یا تعدیل نقش جنسیت در مدل‌یابی معادلات ساختاری از دیگر محدودیت‌های این پژوهش است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که در مطالعات آینده به نمونه‌گیری تصادفی، جمع‌آوری داده‌های تکمیلی با بهره‌گیری از مصاحبه، جمع‌آوری داده‌ها به روش حضوری و کنترل نقش جنسیت در مدل توجه شود. در زمینه کاربردی پیشنهاد می‌شود که جهت

1 Festinger
2 Kim
3 Zillmann
4 Johnson

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

کاهش نگرانی از تصویر بدنی برنامه‌های آموزشی با هدف اصلاح الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مهارت‌های تنظیم هیجان و عواطف و همچنین کاهش اثرات مقایسه اجتماعی به‌صورت فردی و گروهی در مراکز مشاوره و خدمات روانشناختی برگزار شود.

منابع

احمدی قوزلوجه، الف.، و مهدی‌زاده تواسانی، ع. (۱۳۹۸). ساختار عاملی و ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی. *رویش روان شناسی*، *۸* (۶)، ۲۱۶-۲۰۹. http://frooyesh.ir/article-1-1140-fa.html

بخشی پوررودسری، ع.، و دژکام، م. (۱۳۸۴). تحلیل عاملی تأییدی مقیاس عاطفه مثبت و منفی. *مجله روانشناسی*، ۹(۴)، ۳۵۱-۳۶۵. https://www.sid.ir/paper/54494/fa

خواجه احمدی، م.، پولادی، ش.، و بحرینی، م. (۱۳۹۵). طراحی و روانسنجی پرسشنامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل. *نشریه روان پرستاری*، ۴(۴)، ۴۳-۵۱. https://ijpn.ir/article-1-884-fa.html

Abdoli, M., Scotto Rosato, M., Desousa, A., & Cotrufo, P. (2024). Cultural differences in body image: A systematic review. *Social sciences*, *13*(6), 305. https://doi.org/10.3390/socsci13060305

AlQahtani, M., Shaikh, N., Ahmad, K., & Alhusseini, N. (2025). Social media use and negative body image perception in Saudi Arabian women. *Frontiers in Public Health*, *13*, 1447563. https://doi.org/10.3389/fpubh.2025.1447563

Bodega, P., de Cos-Gandoy, A., Fernandez-Alvira, J. M., Fernandez-Jimenez, R., Moreno, L. A., & Santos-Beneit, G. (2024). Body image and dietary habits in adolescents: a systematic review. *Nutrition reviews*, *82*(1), 104-127. https://doi.org/10.1093/nutrit/nuad044

Bonfanti, R. C., Melchiori, F., Teti, A., Albano, G., Raffard, S., Rodgers, R., & Coco, G. L. (2025). The association between social comparison in social media, body image concerns and eating disorder symptoms: A systematic review and meta-analysis. *Body image*, *52*, 101841. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/39721448/

Çimke, S., & Gürkan, D. Y. (2023). Factors affecting body image perception, social media addiction, and social media consciousness regarding physical appearance in adolescents. *Journal of Pediatric Nursing*, *73*, e197-e203. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/37722982/

Czubaj, N., Szymańska, M., Nowak, B., & Grajek, M. (2025). The Impact of Social Media on Body Image Perception in Young People. *Nutrients*, *17*(9), 1455. https://doi.org/10.3390/nu17091455

Dawood, M., & Ali, F. (2025). Scrolling into Objectification: How Social Comparison Drives Self-Objectification and Body Dissatisfaction among Girls. *Policy Journal of Social Science Review*, *3*(11), 260-278. https://policyjssr.com/index.php/PJSSR/article/view/601

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image*, *13*, 38-45. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25615425/

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*(2), 117–140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Gattario, K. H., & Frisén, A. (2019). From negative to positive body image: Men's and women's journeys from early adolescence to emerging adulthood. *Body image*, *28*, 53-65. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30583277/

Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of personality and social psychology*, *76*(1), 129. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/9972558/

Gomez, M., Klare, D., Ceballos, N., Dailey, S., Kaiser, S., & Howard, K. (2022). Do you dare to compare?: The key characteristics of social media users who frequently make online upward social comparisons. *International Journal of Human–Computer Interaction*, *38*(10), 938-948. https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1976510

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 for thinness. *International journal of environmental research and public health*, *18*(6), 2880. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8001450/

Johnson, B. K., & Knobloch-Westerwick, S. (2014). Glancing up or down: Mood management and selective social comparisons on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, *41*, 33-39. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074756321400449X

Kim, H., Schlicht, R., Schardt, M., & Florack, A. (2021). The contributions of social comparison to social network site addiction. *PLoS One*, *16*(10), e0257795. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257795

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling (3th ed.)*. Guilford publications. https://psycnet.apa.org/record/2010-18801-000

Liang, M., Duan, Q., Liu, J., Wang, X., & Zheng, H. (2024). Influencing factors of social media addiction: a systematic review. *Aslib Journal of Information Management*, *76*(6), 1088-1114. https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2022-0476

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

Lin, W., Cen, Z., & Chen, Y. (2025). The impact of social media addiction on the negative emotions of adolescent athletes: the mediating role of physical appearance comparisons and sleep. *Frontiers in Public Health*, *12*, 1452769. https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1452769

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://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15629752/

McCabe, M. P., Ricciardelli, L. A., & Banfield, S. (2001). Body image, strategies to change muscles and weight, and puberty: Do they impact on positive and negative affect among adolescent boys and girls?. *Eating behaviors*, *2*(2), 129-149. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15001042/

McCabe, M. P., Ricciardelli, L. A., & Karantzas, G. (2010). Impact of a healthy body image program among adolescent boys on body image, negative affect, and body change strategies. *Body image*, *7*(2), 117-123. https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144509001089

McComb, C. A., Vanman, E. J., & Tobin, S. J. (2023). A meta-analysis of the effects of social media exposure to upward comparison targets on self-evaluations and emotions. *Media Psychology*, *26*(5), 612-635. https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2180647

Meneguzzo, P., Zuccaretti, D., Tenconi, E., & Favaro, A. (2024). Transgender body image: Weight dissatisfaction, objectification & identity-Complex interplay explored via matched group. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, *24*(1), 100441. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1697260024000061

Piko, B. F., Müller, V., Kiss, H., & Mellor, D. (2025). Exploring contributors to FoMO (fear of missing out) among university students: The role of social comparison, social media addiction, loneliness, and perfectionism. *Acta Psychologica*, *253*, 104771. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691825000848

Pikó, B., Kiss, H., Hartmann, A., Hamvai, C., & M Fitzpatrick, K. (2024). The role of social comparison and online social support in social media addiction mediated by self-esteem and loneliness. *European Journal of Mental Health*, *19*, 1-11. https://doi.org/10.5708/EJMH.19.2024.0019

Sagrera, C. E., Magner, J., Temple, J., Lawrence, R., Magner, T. J., Avila-Quintero, V. J., ... & Murnane, K. S. (2022). Social media use and body image issues among adolescents in a vulnerable Louisiana community. *Frontiers in Psychiatry*, *13*, 1001336. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9669337/

Sanzari, C. M., Gorrell, S., Anderson, L. M., Reilly, E. E., Niemiec, M. A., Orloff, N. C., ... & Hormes, J. M. (2023). The impact of social media use on body image and disordered eating behaviors: Content matters more than duration of exposure. *Eating behaviors*, *49*, 101722. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10363994/

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. https://doi.org/10.1177/0361684320920826

Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, *19*, 100536. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10943642/

Sharif-Nia, H., Froelicher, E. S., Bagheri-Nesami, M., Mosazadeh, H., Jafari-Koulaee, A., & Goudarzian, A. H. (2024). Farsi Version of the Body Image Concern Inventory in Iranian Hemodialysis Patients: Validity and Reliability. *Journal of Nursing Measurement*, *32*(4), e1561. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38519073/

Thompson, E. R. (2007). Development and Validation of an Internationally Reliable Short-Form of the Positive and Negative Affect Schedule (PANAS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *38*(2), 227–242. https://doi.org/10.1177/0022022106297301

Wu, Y., Kemps, E., & Prichard, I. (2024). Digging into digital buffets: A systematic review of eating-related social media content and its relationship with body image and eating behaviours. *Body Image*, *48*, 101650. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144523001936

Zhao, N., Zhou, G., Wei, M., & Vogel, D. L. (2024). Investigating the cognitive and affective dynamics of social media addiction: Insights from peer contexts. *Journal of counseling psychology*, 71(5), 430–446. https://doi.org/10.1037/cou0000747

Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, *31*(3), 327-340. https://doi.org/10.1177/000276488031003005

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-27]