

Research Paper

Socio-Cultural Pressure, Social Comparison and the Notion of Obesity

Fatemeh Golabi^{1*}, Mohammad Bagher Alizadeh Aghdam², Tavakkol Aghayari Hir³, Akram Hobbi⁴

1- Associate Professor in Sociology. Department of Sociology, Faculty of law and Social Science, University of Tabriz, Tabriz, Iran

2- Professor in Sociology, Department of Sociology, Faculty of law and Social Science, University of Tabriz, Tabriz, Iran

3- Associate Professor in Demography, Department of Sociology, Faculty of law and Social Science, University of Tabriz, Tabriz, Iran

4- PhD in Sociology of Economic and Development, Department of Sociology, Faculty of law and Social Science, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Received: 2020/5/13

Revised: 2020/8/11

Accepted: 2020/9/1

Use your device to scan and
read the article online



DOI:10.30495/jzv.2021.4565

Keywords:

Social Comparison, Socio-Cultural Pressures, Imagination of Obesity, Gender

Abstract

Introduction: The concept of obesity is the image that a person has of his body as obese and thin. In today's society, culturally and socially, there is a lot of emphasis on attractiveness and physical fitness. Social comparisons and cultural pressures to reach women and well-being in men have led to an increase in the perception of obesity and dissatisfaction among individuals. The aim of the present study was to investigate the relationship between socio-cultural pressures and social comparison with the concept of obesity.

Materials and Methods: The research is a cross-sectional study and the research method of this study is survey and its statistical population consists of men and women aged 64-20 years in Tabriz. Using Cochran's formula, the sample size is estimated to be 400 people. Sampling method is multi-stage cluster sampling.

Findings: Results of research show that the variables of social comparison and social pressure are directly related to imagination. Also, the results of multivariate regression show that the variables of social comparison, social pressure and gender can explain 38.5% of the imaginary variance.

Conclusion: For Conclusion, Social and cultural factors affect the type of perception of people from their body and can affect their perception of their appearance.

Citation: Golabi F, Alizadeh Aghdam MB, Aghayari Hir T, Hobbi A. Social-cultural pressure, social comparison and the notion of obesity. Quarterly Journal of Women and Society. 2021; 12 (45): 70- 81.

*Corresponding author: Fatemeh Golabi

Address: Department of Sociology, Faculty of law and Social Science, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

Tell: 00989144061462

Email: f.golabi@tabrizu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

The concept of obesity and body dissatisfaction refers to a negative assessment of body size, shape, and weight, and points to a distinction between real body image and ideal body image (1). The notion of obesity leads to self-dissatisfaction, eating disorders, feeling unattractive, low self-confidence, and ultimately obsession, depression and dysfunction (6). These disorders will increase, especially when there are strong social cultural criteria for fitness and weight loss in the community. The notion of obesity is one of the components of the "body image" - the image of one's body being fat or slim. Shelder introduced this concept for the first time and defined it as: "an image of the body is what we form in the mind and the way in which the body manifests itself to us". The body image is not a mere cognitive process; it reflects desires, emotional attitudes and interactions with others". Therefore, body image is defined as a multidimensional attitude to one's body, in particular its shape, size, and beauty (12). It is based on our sense of self, our trust in social situations, and the quality our social relationships. Therefore, the necessity of recognizing the social determinants concept of obesity is of great importance for the prevention and treatment of the present disease. Therefore, the present article attempts to examine the socio-cultural pressure and social comparison as social and cultural determinants concept of obesity among Tabriz citizens as well as to provide practical solutions to reduce this problem.

Materials and Methods

This is a cross-sectional research in terms of time. In other words, the study was conducted in a limited period of time. In terms of data collection, it is a documentary and survey research. Also, in terms of the goal, it is an applied study. The survey was conducted in 2018 among Tabriz citizens. The statistical population of this study includes all females and males of age 20-64 in Tabriz city. According to the census of 2016, their total number is 1028137 of whom 512,449 are females and 5,15,688 are

males(22). Here, 400 people were chosen as sample size using Cochran formula and multi-stage cluster sampling method.

Findings

The results of the social comparison variable indicate that the average of the respondents' opinions about this variable is 2.99 which indicates a relatively low social comparison. Also, the results of the socio-cultural pressure variable show that the average of the respondents' opinions about this variable is 3.10, which indicates that respondents have a moderate downward socio-cultural pressure.

To determine the relative influence of independent variables on obesity a multivariate regression analysis has been used. Among the independent variables, social comparison, gender and social pressure were entered into the equation and they totally could explain about 0.385% of the variance in obesity perception. The unexplained variance is related to the variables which are not considered in this study. Among the variables, social comparison (Beta= 0.398) had the highest effect.

Discussion

The present study shows that the perception of obesity varies according to the gender of respondents, so that women are more likely to have the notion of obese than that of men. In explaining this point, it is worth noting that community norms about women mainly emphasize physical attractiveness and that the desired image for women is an image of lean body so that being unattractive and not beautiful is considered as a disadvantage that results in pressure which affects other areas of the woman's life.

The results of the present study also showed that there is a direct relationship between social comparison and the perception of obesity. In explaining this finding, it should be said that on social occasions people sometimes compare themselves with others so that it can lead to obesity or body dissatisfaction and they subsequently may adopt risky behaviors such as eating disorders and taking pills.

On the other hand, the findings indicate that with increasing social pressure on the respondents, their perception of obesity also increases. In explaining this finding, it should also be said that people who are mainly influenced by their family and friends, their image is dependent on the opinions of their family and friends. If these comments are ridiculous or critical, their body satisfaction decreases and internalize the notion of obesity.

Conclusion

Finally, according to the findings of the present study, it can be concluded that to Social and cultural factors affect the type of perception of people from their body and can affect their perception of their appearance.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

All subjects full fill the informed consent.

Funding

No funding.

Authors' contributions

Design and conceptualization: Fatemeh Golabi, Mohammad Bagher Alizadeh Aghdam, Tavakkol Aghayari Hir, Akram Hobbi; Methodology and data analysis: Mohammad Bagher Alizadeh Aghdam, Tavakkol Aghayari Hir, Akram Hobbi; Supervision and final writing: Fatemeh Golabi, Akram Hobbi

Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest.

مقاله پژوهشی

فشار اجتماعی - فرهنگی، مقایسه اجتماعی و تصور چاقی

فاطمه گلابی^{۱*}، محمداقرا علیزاده اقدام^۲، توکل آقایی هیر^۳، اکرم حبیبی^۴

۱. دانشیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
۲. استاد جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
۳. دانشیار جمعیت‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
۴. دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: تصور چاقی تصویری است که فرد از اندام خود به عنوان چاق و لاغر دارد. در جامعه امروزی تاکید زیادی به لحاظ فرهنگی اجتماعی بر روی جذابیت و تناسب جسمانی وجود دارد. مقایسه اجتماعی و فشارهای اجتماعی فرهنگی برای رسیدن به باریک اندامی زنان و خوش اندامی مردان منجر به افزایش تصور چاقی و عدم رضایت در افراد نسبت به وضعیت بدنی خود شده است. تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه فشارهای اجتماعی - فرهنگی و مقایسه اجتماعی با تصور چاقی انجام شده است.

مواد و روش‌ها: پژوهش انجام شده یک بررسی مقطعی است و روش تحقیق این مطالعه پیمایشی بوده و جامعه آماری آن را زنان و مردان ۶۴ - ۲۰ ساله شهر تبریز تشکیل می‌دهند که با استفاده از فرمول کوکران، ۴۰۰ نفر از آنان به عنوان نمونه برای مطالعه انتخاب و بر اساس نمونه‌گیری ای خوشه‌ای چند مرحله‌ای گزینش شده‌اند.

یافته‌ها: نتایج تحقیق نشانگر آن است که متغیرهای مقایسه اجتماعی و فشار اجتماعی ارتباط مستقیمی با تصور چاقی دارد. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که متغیرهای مقایسه اجتماعی، فشار اجتماعی و جنسیت می‌توانند ۳۸/۵ درصد از واریانس تصور چاقی را تبیین نمایند.

بحث و نتیجه‌گیری: در نتیجه‌گیری کلی، عوامل اجتماعی و فرهنگی در نوع ادراک افراد از بدن شان تاثیر گذار بوده و می‌تواند تصور آنها از وضعیت ظاهری شان را تحت تاثیر قرار دهد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۲۴

تاریخ داوری: ۱۳۹۹/۵/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۱۱

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jzv.2021.4565

واژه‌های کلیدی:

مقایسه اجتماعی، فشارهای اجتماعی - فرهنگی، تصور چاقی، چاقی، جنسیت

* نویسنده مسئول: فاطمه گلابی

نشانی: گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تلفن: 09144061462

پست الکترونیکی: f.golabi@tabrizu.ac.ir

مقدمه

در جامعه امروزی تأکید فرهنگی - اجتماعی بسیاری بر روی جذابیت و تناسب جسمانی وجود دارد. فشارهای اجتماعی در مورد لاغری و نظرات گسترده در مورد ساختار بدن باعث شده است که تصور چاقی و نارضایتی از بدن در میان افراد جامعه، بسیار شایع شود. تصور چاقی و نارضایتی از بدن به ارزیابی منفی از اندازه، شکل و وزن بدن بر می گردد و به تمایز بین تصویر بدن واقعی و تصویر بدن ایده آل اشاره دارد (۱). چنین شرایطی بطور مستقیم سلامتی، شخصیت، ارتباطات و کیفیت زندگی را متأثر می نماید (۲).

نفوذ دیدگاه ها و نگرش های اخلاقی منفی به چاقی همانند تنبلی و نبود خودکنترلی هم به صورت نهادی و هم به صورت فردی به گونه ی مشهودی رواج یافته است (۳)؛ بدین گونه که پژوهشگران در مطالعات خود از تجربه های زیسته ی افراد چاق نشان می دهند که این افراد اغلب در بسیاری از زمینه های زندگی از جمله کار، سلامتی و مراقبت های پزشکی و روابط شخصی با تبعیض و محرومیت رو به رو می شوند (۴)، به گونه ای که چاق بودن با تجربه ای از داغ خوردگی توأم می شود که فرصت های اقتصادی و اجتماعی را محدود و آسیب هایی را به فرصت های شغلی، خدمات بهداشتی، موقعیت های تحصیلی، روابط خانوادگی، خودپنداره و شاخص های مختلف رفاه و آسایش تحمیل می کند (۵). برای مثال، در ایالات متحده، در بیشتر اوقات، افراد چاق به گونه ای کاملاً منفی توسط دیگران و حتی اعضای خانواده، مورد تمسخر و قضاوت قرار می گیرند. مجموعه ی این نگرش ها و رفتارهای دیگران نسبت به افرادی که از وزن ایده آل جامعه به هر دلیلی فاصله گرفته اند، موجب شکل گیری تصویری از خویشتن در فرد می شود که آنچنان که باید و شاید خوب نیست. پدیده ای که کاملاً با تعریف گافمن از داغ مطابقت دارد و موجب شکاف میان آنچه که شخص باید باشد، یعنی همان «هویت اجتماعی بالقوه»؛ و آنچه شخص واقعاً هست، یعنی «هویت اجتماعی بالفعل» و پیامدهای واپسین این شکاف در بطن میدان کنش می شود. بنابر این ارزیابی منفی ای از یک ویژگی رخ می دهد و به تحقیف و لکه دار کردن هویت اجتماعی وی منجر می شود (۴). جالب اینجاست که بدانیم این مسئله تنها گریبانگیر افراد چاق نمی باشد و در زندگی امروزی در بسیاری از مواقع به سراغ افراد غیر چاق نیز می رود.

مطالعات انجام شده توسط حقیقتیان و همکاران (۶)، ضیغمی مرادی و مژده (۷) در نقاط مختلف کشور و محمدپور و همکارانش (۸) در تبریز، نشان از افزایش تصور چاقی و تصور منفی از بدن افراد در دهه اخیر بوده است.

تصور چاقی از بدن به نارضایتی از خود، اختلال در الگوهای تغذیه ای، احساس جذاب نبودن، کاهش اعتماد به نفس و در نهایت مشغولیت فکری، افسردگی و اختلال در عملکرد منجر می شود (۶). این اختلالات مخصوصاً در شرایطی که معیارهای فرهنگی - اجتماعی محکمی در خصوص تناسب اندام و لاغری افراد در جامعه وجود دارد، افزایش می یابد. نارضایتی ها و نگرانی های نشئت گرفته از تصور

چاقی و تصویر منفی از بدن به مشکلاتی مانند جراحی های زیبایی، افزایش رژیم های غذایی سخت گیرانه و بدون نظارت پزشک، بی نظمی های تغذیه و مواردی از این قبیل منجر می شود که این حساسیت در میان زنان و دختران جوان، بیش از مردان است (۹).

همچنین تصور چاقی و نارضایتی از بدن می تواند سلامت اجتماعی افراد را تهدید کند چرا که می تولد کمیت و کیفیت درگیر شدن و تعامل فرد با اجتماع را تحت تأثیر قرار دهد. از این رو افرادی که تصور چاقی و منفی از بدن خویش دارند با کاهش سرمایه اجتماعی، امنیت اجتماعی و غیره روبرو هستند (۱۰) همچنین موضوع تصور چاقی به این دلیل اهمیت دارد که پیامدهایی با اثر شگرف بر سلامت خانواده و جامعه به بار می آورد. گرایش های بی حد و اندازه به وزن بدن در زندگی افراد، آنان را از تقویت دیگر وجوه فکری و موفقیت های اجتماعی دور می کند (۱۱).

تصور چاقی، یکی از مولفه های «تصور از بدن» می باشد؛ تصویری که فرد از اندام خود به عنوان چاق و لاغر بودن دارد. مفهوم تصور بدنی را برای اولین بار، شلدن مطرح کرد. وی تصور بدنی را چنین تعریف کرده است: «تصویری از بدنمان که در ذهن شکل می دهیم و شیوه ای که با آن، بدن برایمان آشکار می شود. تصور بدنی، فرایند شناختی صرف نیست؛ بلکه خواسته ها، نگرش های عاطفی و کنش متقابل با دیگران را منعکس می کند». بدین ترتیب، تصور بدنی، نگرشی چند بعدی راجع به بدن خود، به ویژه شکل، اندازه و زیبایی آن تعریف می شود (۱۲). این تصور می تواند بر احساس ما از خود، میزان اعتمادمان به موقعیت های اجتماعی و ماهیت روابط اجتماعی مان تأثیر داشته باشد. تصور بدنی ما صرفاً توسط آن چه بدن خود را شبیه بدان می پنداریم شکل نمی گیرد؛ بلکه این زمینه های اجتماعی و فرهنگی هستند که بر تفسیر ما از آنچه می بینیم، اعمال قدرت می کنند. عمل درک این تصویر، فرآیندی برساخته شرایط اجتماعی است (۱۳). تصور بدنی و احساسی که افراد به بدن خود دارند بدون شک از ایده آل های جامعه درباره زیبایی بدن تأثیر می پذیرد. عوامل متعددی همچون خانواده، گروه همسالان، رسانه های جمعی، مقایسه اجتماعی و فشارهای اجتماعی - فرهنگی می تواند در داشتن تصور چاقی و تصویر منفی از بدن نقش داشته باشد.

بنابراین ضرورت شناخت تعیین کننده های اجتماعی تصور چاقی، برای پیشگیری و مبارزه با این بیماری عصر حاضر، اهمیت فراوانی داشته و سودمند می باشد. از اینرو مقاله حاضر به نوبه خود تلاش می کند به بررسی پدیده های فشار اجتماعی - فرهنگی و مقایسه اجتماعی به عنوان تعیین کننده های اجتماعی و فرهنگی مرتبط با تصور چاقی در میان شهروندان شهر تبریز و همچنین ارائه راهکارهای عملی جهت کاهش این مسئله بپردازد.

استیک^۲ (۲۰۰۲)، چنین استدلال می کند، فشارهای اجتماعی - فرهنگی اطراف ایده آل های لاغری و فیزیک متناسب و نکوهش چاقی متمرکز است و اساساً از رسانه های همگانی، خانواده و گروه

همسالان آغاز می شود. جامعه بر مردم و به ویژه زنان فشار می آورد که لاغر باشند (۱۴).

بنا بر نظریه مقایسه اجتماعی فستینگر، مقایسه ی اجتماعی زمانی رخ می دهد که افراد برای ارزیابی توانایی ها و عقایدشان، خود را در رابطه با دیگران و با برخی از استانداردها ارزیابی می کنند. این مقایسه ممکن است موجب افزایش یا کاهش اعتماد به نفس در فرد شود. در همین رابطه موریسون، کالین و موریسون^۱ (۱۵) و ویلر و میاک^۲ (۱۶) این بحث را مطرح می کنند که افراد از نظر ظاهر، وزن و عادت های غذایی، خود را با دیگران مقایسه می کنند. مبنای مقایسه ی افراد با دیگران و با ایده آل ها معمولاً از آرمانهای فرهنگی نشأت می گیرد یعنی افراد، بیشتر تمایل دارند ظاهر و بدن خود را با افراد زیباتر و جذاب تر نظیر مدل های لباس، ستاره های سینما و تلویزیون و ورزشکاران مقایسه کنند (مقایسه ی اجتماعی صعودی) و نه با افراد زشت یا غیرجذاب (مقایسه اجتماعی نزولی). نتیجه ی این مقایسه، ایجاد یا تشدید ناراضیاتی از بدن و به دنبال آن اتخاذ رفتارهای مخاطره آمیزی چون اختلالات تغذیه، مصرف قرص های لاغری و غیره است (۱۷)، زیرا احساسی که افراد به بدن خود دارند، رفتار آنان را نیز تحت تاثیر قرار می دهد.

در این زمینه تحقیقات تجربی مختلفی نیز در داخل و خارج از کشور به انجام رسیده است که از آن جمله می توان به تحقیقی تحت عنوان «عوامل اجتماعی مؤثر در شکل گیری تصویر بدن (مطالعه موردی زنان شهر اصفهان)» که در سال ۱۳۹۱ توسط حقیقتیان و همکارانش انجام پذیرفته، اشاره کرد. نتایج این تحقیق نشانگر آن است که زنان تحصیل کرده و مجرد و کم سن تر، نمره تصویر بدنی بالاتر و نگاه مثبت تری به بدن خود دارند. رسانه، خانواده، مدرسه و اطرافیان از عناصر تاثیرگذار بر تصویر بدن بودند و از این میان، رسانه قدرت تبیین بیشتری داشته است (۶).

قانع عزآبادی و قاسمی در سال ۱۳۹۶ تحقیقی تحت عنوان «پدیده داغ ننگ چاقی در زنان ۴۴-۱۵ ساله در شهر یزد» انجام داده اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که متغیر مقایسه اجتماعی، بهترین پیش بینی کننده داغ ننگ چاقی در زنان است (۴).

همچنین تحقیق دیگری نیز در این زمینه تحت عنوان «رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیسبوک با تصویر بدن در میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان» توسط قاسمی و همکارانش در سال ۱۳۹۳ انجام گرفته است. در این تحقیق، یافته ها نشانگر آن هستند که بین مدت زمان عضویت در فیس بوک، میزان استفاده از فیس بوک، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در فیس بوک و واقعی تلقی کردن محتوای فیس بوک با تصویر بدن در میان دانشجویان دختر و پسر رابطه مثبتی وجود دارد. همچنین فیس بوک توانسته است تصور کاربران نسبت به بدن را تغییر دهد. این شبکه مجازی با تأثیرات شگرف خود باعث شده که نگاه جوانان نسبت به بدن خود، میزان رضایت از وضعیت بدنی خویش، اهمیتی که به آن می دهند و نیز

وقت و سرمایه ای که صرف آن می کنند به طور معناداری متفاوت شود (۱۸).

از میان تحقیقات خارجی، می توان به تحقیق بوتان^۳ در سال ۲۰۰۳ تحت عنوان «برای سلامتی شما؟ رابطه بین خواندن مجله و تصور بدن و اختلال غذایی نوجوانان» اشاره کرد. این تحقیق نشان می دهد مطالعه مجلات و مقایسه های اجتماعی از عوامل مؤثر در تصور بدن و اختلالات غذایی می باشد (۱۹).

لویستون^۴ و همکارانش تحقیقی تحت عنوان «محل سکونت اجتماعی، دیگران مهم و تصور بدن در میان نوجوانان» در سال ۱۹۸۶ انجام داده اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که جنسیت و نژاد در تصویر بدن در میان نوجوانان مؤثرند. اما آنها بر این باورند که ارزیابی والدین نقش مهم تری در تصویر بدن در بین فرزندان و بویژه در بین دخترها دارد. در نهایت آنها بیان می کنند که موقعیت اجتماعی و دیگران مهم بر دیدگاه نوجوانان نسبت به خودشان اثر مهمی دارد (۲۰). تحقیق دیگری تحت عنوان «انتظارات فرهنگی لاغری در میان زنان» توسط گارنر^۵ و همکارانش در سال ۱۹۸۰ صورت پذیرفته است. نتیجه پژوهش آنان حاکی از آن است که رسانه ها تأثیر مهمی بر تصور بدن در میان زنان دارند و تصویر بدنی لاغر را ترویج می دهند (۲۱).

فرضیه های پژوهش

- ۱- بین فشار اجتماعی وارده بر پاسخگویان و میزان تصور چاقی آنان رابطه وجود دارد.
- ۲- بین مقایسه اجتماعی پاسخگویان و میزان تصور چاقی آنان رابطه وجود دارد.
- ۳- بین (سن، جنس و وضعیت تأهل) افراد در میزان تصور چاقی آنان تفاوت وجود دارد.

مواد و روش ها

روش تحقیق حاضر از لحاظ زمانی از نوع مقطعی است. به بیانی بهتر، این پژوهش در یک دوره زمانی خاص و نسبتاً محدود صورت گرفته است. از لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات اسنادی و پیمایشی است. تحقیق حاضر به جهت هدف، یک بررسی کاربردی می باشد.

این تحقیق در سال ۲۰۱۸ در بین شهروندان شهر تبریز به انجام رسیده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه زنان و مردان ۲۰ الی ۶۴ ساله شهر تبریز تشکیل می دهند که طبق نتایج سرشماری سال ۱۳۹۵ تعداد کل آنها به صورت دقیق ۱۰۲۸۱۳۷ نفر است. از این تعداد، ۵۱۲۴۴۹ نفر آنها زن و ۵۱۵۶۸۸ نفر دیگر مرد می باشد (۲۲). حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۴۰۰ نفر به دست آمد. با توجه به ماهیت تحقیق، از شیوه نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شده است. بدین گونه که ابتدا تبریز به ۱۰ منطقه شهری

2. Levinson

3. Garner

1. Morrison, Kalin, & Morrison

2. Wheeler & Miyake

1. Botta

اجتماعی برابر با ۰/۷۵، شاخص مقایسه اجتماعی برابر با ۰/۶۷ می باشد.

ضمناً در تجزیه و تحلیل تک متغیره، از جداول توصیفی با ذکر فراوانی و درصد فراوانی پاسخ ها استفاده شده است. در تحلیل دو متغیره از آزمون تی تست، آنالیز واریانس و ضریب پیرسون استفاده گردیده و تحلیل چند متغیره با استفاده از رگرسیون چند متغیره انجام شده است.

یافته ها

نتایج یافته های توصیفی نشانگر آن است که از کل نمونه آماری (۴۰۰ نفر)، ۵۲/۰ درصد آن را مردان و ۴۸/۰ درصد آن را زنان تشکیل داده اند. ۵۸/۸ درصد از پاسخگویان، متأهل، ۳۵/۰ درصد مجرد، ۶/۲ درصد از آنان بدون همسر (مطلقه، جدا از همسر و یا به دلیل فوت همسر) هستند. همچنین ۶۱/۸ درصد از پاسخگویان جوان، ۲۸/۲ درصد میانسال، و ۱۰ درصد از آنان پیر هستند.

نتایج مربوط به متغیر مقایسه اجتماعی بیانگر آن است که میانگین کل نظرات پاسخگویان در رابطه با این متغیر ۲/۹۹ می باشد که با توجه به حداقل (۱) و حداکثر (۶) نمرات این متغیر، نشان از مقایسه اجتماعی نسبتاً پایین پاسخگویان دارد. بنابراین پاسخگویان، وزن بدن، زندگی شخصی، نحوه پوشش و طرز صحبت خود را تا حدودی با دیگران (دوستان، اعضای خانواده و فامیل، مدل های مد لباس، ستاره های سینما و تلویزیون و ورزشکاران و غیره) مقایسه می کنند. همچنین نتایج مربوط به متغیر فشار اجتماعی - فرهنگی نشان می دهد که میانگین کل نظرات پاسخگویان در رابطه با این متغیر ۳/۱۰ می باشد که با توجه به حداقل (۱) و حداکثر (۶) نمرات این متغیر، حاکی از آن است که پاسخگویان از فشار اجتماعی - فرهنگی متوسط رو به پایینی برخوردارند. در نهایت نتایج توصیفی متغیر وابسته این پژوهش حاکی از آن است که میانگین کل نظرات پاسخگویان در رابطه با متغیر تصور چاقی ۲/۳۷ است که با توجه به حداقل (۱) و حداکثر (۵) نمرات این متغیر، نشان از تصور چاقی نسبتاً پایین پاسخگویان می باشد. یافته های استنباطی تحقیق در جدول های شماره ۱ الی ۵ آورده شده است. نتایج این جداول جهت آزمون فرضیه های تحقیق به کار گرفته می شود.

۱- جنسیت و تصور چاقی

برای آزمون تفاوت میانگین تصور چاقی در میان پاسخگویان زن و مرد از آزمون t استفاده شده است. نتیجه آزمون t با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ نشانگر آن است که در بین پاسخگویان زن و مرد از لحاظ میانگین تصور چاقی تفاوت معنی داری وجود دارد؛ بطوریکه تصور چاقی در بین زنان بیشتر از مردان است. نتایج آزمون یکنواختی واریانس ها نشان می دهد که واریانس شاخص های آماری میان زنان و مردان یکنواخت است و با هم تفاوت معنی داری ندارند. از این رو در تحلیل آزمون t ، از نتایج t مربوط به واریانس های برابر استفاده شده است. چون در این ردیف سطح معنی داری ۰/۰۰۰ می باشد و از ۰/۰۵ کوچکتر است بنابراین فرضیه اصلی تأیید و فرضیه صفر رد می شود؛

تقسیم و سپس با توجه به میزان جمعیت هر منطقه بلوک هایی از آن ها انتخاب شده و در مرحله ی آخر از هر بلوک، خانه ها به صورت تصادفی انتخاب گردیدند. بعد از تعیین حجم نمونه به دلیل اهمیت و حساسیت این مرحله از تحقیق و همچنین برای بالا بردن دقت تکمیل پرسشنامه ها، از یک گروه خبره که اکثراً دانشجویان کارشناسی علوم اجتماعی می باشند استفاده شد. این گروه بعد از توجیه و آموزش مقدماتی در زمینه موضوع و اهداف تحقیق، به مناطق مربوطه مراجعه و اقدام به تکمیل پرسشنامه نمودند.

سئوالات پرسشنامه بر اساس چارچوب نظری تحقیق و پیشینه تجربی طراحی شده است و پس از آزمون مقدماتی و اصلاحات لازم در اختیار پاسخگویان قرار گرفته است. پردازش آماری اطلاعات با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده است.

متغیر وابسته تحقیق، تصور چاقی است که از لحاظ تئوریک در داخل تئوری تصور از بدن قرار گرفته و به ادراکات و احساسات شخص راجع به اندازه و شکل بدنش اطلاق می شود. به عبارتی اینکه آیا فرد خود را چاق تصور می کند یا غیر چاق؟. این متغیر از طریق گویه هایی که حاوی داشتن رژیم غذایی برای کاهش وزن، میزان رضایت بدنی پاسخگویان از اجزاء بدن، وزن ذهنی، ارزیابی افراد از وزن خود (اینکه چاق، لاغر و نرمال هستند)، مورد سنجش قرار گرفته است. در این پرسشنامه برای اندازه گیری این متغیر از ۱۳ گویه استفاده شده که در این زمینه نمره ۱۳ نشان دهنده تصور چاقی پایین فرد و نمره ۶۵ نشانگر تصور چاقی بالا برای فرد می باشد.

متغیر فشار اجتماعی از طریق گویه هایی که نه تنها حاوی انتقال فشارهای اجتماعی - فرهنگی از سوی خانواده، گروه همسالان، اطرافیان و رسانه های گروهی مربوط به سایز بدن می باشد؛ بلکه جنبه های دیگری از زندگی را (از قبیل اموال شخصی، تحصیلات، گذران اوقات فراغت و غیره) را نیز شامل می شود. در این پرسشنامه برای اندازه گیری این متغیر از ۱۱ گویه استفاده شده که در این زمینه نمره ۱۱ نشان دهنده فشار اجتماعی پایین فرد و نمره ۶۶ نشانگر فشار اجتماعی بالا برای فرد می باشد.

متغیر مقایسه اجتماعی افراد نیز از طریق گویه هایی که افراد برای ارزیابی بدنشان، زندگی شخصی شان، نحوه پوشش و طرز صحبتشان و غیره، خود را در رابطه با دیگران و با برخی از استانداردها ارزیابی می کنند؛ مورد سنجش قرار گرفته است. شایان ذکر است منبع ارزیابی، دوستان، اعضای خانواده و فامیل، مدل های مد لباس، ستاره های سینما و تلویزیون و ورزشکاران و غیره هستند. در این پرسشنامه برای اندازه گیری این متغیر از ۸ گویه استفاده شده که در این زمینه نمره ۸ نشان دهنده مقایسه اجتماعی پایین فرد و نمره ۴۸، نشانگر مقایسه اجتماعی بالا برای فرد می باشد.

در پژوهش حاضر اعتبار سئوالات پرسشنامه از طریق روش اعتبار محتوایی از نوع صوری برآورد شده است؛ یعنی پرسشنامه بعد از طراحی در اختیار چند تن از اساتید و متخصصان مربوطه قرار داده شده و پس از گردآوری نظرات آنها، اعتبار صوری ابزار تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین جهت سنجش قابلیت اعتماد گویه ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقدار آلفای شاخص فشار

یعنی بین تصور چاقی زنان و مردان تفاوت معنی داری وجود دارد. در جدول ۱ نتایج آزمون تفاوت میانگین ها آورده شده است.

جدول ۱- آزمون تفاوت میانگین تصور چاقی بر حسب جنسیت

متغیر	جنسیت	تعداد	میانگین	یکنواختی واریانس ها	سطح معنی داری F	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری t
تصور چاقی	زن	۱۹۲	۲/۶۳۸	۴/۷۹۷	۰/۰۲۹	۵/۹۰۴	۳۸۲/۷۷۰	۰/۰۰۰
	مرد	۲۰۸	۲/۱۳۳					

۲- وضعیت تأهل و تصور چاقی

تحلیل واریانس استفاده شده است. نتیجه این آزمون نشان می دهد که تفاوت معنی داری بین میانگین تصور چاقی شرکت کنندگان دارای وضعیت تأهل مختلف وجود ندارد (جدول ۲).

برای آزمون تفاوت میانگین تصور چاقی در بین افراد مجرد، متأهل، و متأهلین بدون همسر (مطلقه، جدا از همسر و بی همسر بر اثر فوت) از

جدول ۲ - تحلیل واریانس تصور چاقی بر حسب وضعیت تأهل

متغیر	منابع تغییر	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	sig
تصور چاقی	میان گروهی	۸۹/۴۴۱	۲	۴۴/۷۲۰	۰/۳۳۴	۰/۷۱۶
	درون گروهی	۵۳۳۰۹/۵۵۷	۳۹۷	۱۳۴/۰۲۹		
	کل	۵۳۳۹۸/۹۹۷	۳۹۹			

۳- سن پاسخگویان و تصور چاقی

نشان می دهد که تفاوت معنی داری بین میانگین تصور چاقی شرکت کنندگان در گروه های سنی مختلف وجود ندارد (جدول ۳).

برای آزمون تفاوت میانگین تصور چاقی در بین گروه های سنی (جوان، میانسال و پیر) از تحلیل واریانس استفاده شده است. نتیجه این آزمون

جدول ۳- تحلیل واریانس تصور چاقی بر حسب سن

متغیر	منابع تغییر	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	sig
تصور چاقی	میان گروهی	۷۳۵/۷۷۶	۲	۳۶۷/۸۸۸	۲/۷۷۹	۰/۰۶۳
	درون گروهی	۵۲۵۶۳/۲۲۱	۳۹۷	۱۳۲/۴۰۱		
	کل	۵۳۳۹۸/۹۹۸	۳۹۹			

۴- مقایسه اجتماعی و تصور چاقی

است که رابطه مستقیمی در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ بین متغیر مقایسه اجتماعی و متغیر تصور چاقی وجود دارد؛ یعنی با افزایش مقایسه اجتماعی پاسخگویان، تصور چاقی آنان نیز افزایش می یابد. نتایج آزمون همبستگی در جدول ۴ آورده شده است.

برای سنجش رابطه بین مقایسه اجتماعی که یک متغیر فاصله ای است و متغیر تصور چاقی که آن نیز در سطح فاصله ای می باشد، از همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتیجه این آزمون حاکی از آن

جدول ۴- همبستگی بین متغیر مقایسه اجتماعی و متغیر وابسته تصور چاقی

متغیر	شاخص	مقایسه اجتماعی
تصور چاقی	ضریب همبستگی	۰/۵۵۲**
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰
	فراوانی مشاهدات	۴۰۰

$P < ۰/۰۱ = **$

معنی داری بین متغیر فشار اجتماعی و تصور چاقی وجود دارد؛ به این معنا که با افزایش فشار اجتماعی پاسخگویان، تصور چاقی آنان نیز افزایش می‌یابد. در جدول ۵ نتایج این آزمون ارائه شده است.

۵- فشار اجتماعی و تصور چاقی

با توجه به سطح اندازه گیری متغیرها، در این قسمت نیز برای سنجش رابطه بین متغیرهای فشار اجتماعی و تصور چاقی از همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج حاصله حکایت از آن دارد که رابطه مستقیم

جدول ۵- همبستگی بین متغیر فشار اجتماعی - فرهنگی و متغیر وابسته تصور چاقی

متغیر	شاخص	فشار اجتماعی- فرهنگی
تصور چاقی	ضریب همبستگی	۰/۴۴۷**
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰
	فراوانی مشاهدات	۴۰۰

$P < ۰/۰۱ = **$

نشده اند. از بین این ۳ متغیر، مقایسه اجتماعی با ضریب بتای ۰/۳۹۸ تاثیر گذارترین، بیش از سایر متغیرها بوده است. یعنی با کنترل سایر متغیرها، به ازای یک واحد تغییر در مقایسه اجتماعی، تصور چاقی ۰/۳۹۸ واحد تغییر می‌کند. در نهایت متغیرهای سن و وضعیت تاهل از مدل رگرسیونی خارج شده اند. جداول (۷-۶) نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره را نشان می‌دهد.

۶- تحلیل چند متغیره داده ها

برای تعیین سهم تأثیرگذاری نسبی متغیرهای مستقل بر تصور چاقی از تحلیل رگرسیونی چند متغیره استفاده شده است. از بین متغیرهای مستقل، متغیرهای مقایسه اجتماعی، جنس و فشار اجتماعی وارد معادله شدند که در مجموع ۰/۳۸۵ درصد از تغییرات مربوط به تصور چاقی را این سه متغیر تبیین می‌کنند؛ مابقی واریانس تبیین نشده متاثر از متغیرهای دیگری است که در مدل این تحقیق آورده

جدول ۶- نتایج آزمون رگرسیون چند متغیره تعیین کننده های تصور چاقی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین شده	ضریب تعیین تعدیل شده	sig	اندازه F	دوربین واتسون
۰/۶۲۴	۰/۳۸۹	۰/۳۸۵	۰/۰۰۰	۸۴/۱۹۹	۱/۷۵۷

جدول ۷- ضرایب بتای متغیرهای مربوط به مدل رگرسیونی تصور چاقی

ضریب جزئی (B)	خطای استاندارد (SE)	ضریب رگرسیون استاندارد شده (Beta)	آماره T	سطح معنی داری
۰/۵۱۲	۰/۱۵۹	—	۳/۲۲۴	۰/۰۰۱
۰/۴۵۹	۰/۰۵۶	۰/۳۹۸	۸/۱۵۶	۰/۰۰۰
-۰/۴۴۳	۰/۰۷۱	-۰/۲۴۹	-۶/۲۷۴	۰/۰۰۰
۰/۲۳۲	۰/۰۵۱	۰/۲۲۰	۴/۵۳۱	۰/۰۰۰
-۰/۰۴۵	-۱/۱۳۶	۰/۲۵۷	-۰/۰۵۷	۰/۹۹۸
۰/۰۰۱	۰/۰۱۹	۰/۹۸۵	۰/۰۰۱	۰/۹۹۴

بحث و نتیجه گیری

تصور چاقی بودن و تصویر منفی از خود می تواند در بسیاری از موارد به مشغولیت فکری، اختلال در عملکرد، کاهش میزان اعتماد به نفس و عدم موفقیت های اجتماعی فرد منجر گردد. عوامل اجتماعی- فرهنگی متعددی همچون خانواده، نفوذ همسالان، مصرف رسانه های جمعی، مقایسه اجتماعی و فشارهای اجتماعی- فرهنگی می تواند در داشتن تصور چاقی و یا تصویر منفی از خود نقش داشته باشد. نتایج حاصل از این تحقیق نیز حاکی از ارتباط تصور چاقی با عوامل مختلف اجتماعی و فرهنگی-مقایسه اجتماعی و فشارهای اجتماعی- فرهنگی می باشد.

در تحقیق حاضر مشاهده می شود تصور چاقی با توجه به جنسیت افراد متفاوت می باشد، به گونه ای که تصور چاقی در بین زنان بیشتر از مردان است. بدین معنا که تصور چاقی و یا نارضایتی از بدن در بین زنان بیشتر است. در تبیین این تفاوت نکته ی قابل اشاره این می باشد که شاید تفاوت های فرهنگی در اهمیت و الویت زیبایی ظاهری نقش بیشتری دارد. این تفاوت را شاید بتوان بر مبنای تفاوت در میزان استفاده از لوازم آرایشی و افزایش فوق العاده در جراحی زیبایی، رژیم های لاغری و غیره در میان زنان دانست. بدن به ویژه برای زنان در حکم جولانگاهی بسیار موثر برای ابراز خود است. زیبایی و جذابیت ظاهری با وجود رشد فعالیت زنان در عرصه های اقبال علم، اشتغال و غیره باز هم به صورت مهره ای قوی در زندگی زنان حکمرانی می کند، به گونه ای که حتی با موقعیت های مهم زندگی فرد از جمله ازدواج نیز گره خورده است. این یافته موید نظر گیدنز است که مطرح می کند هنجارهای جامعه درباره ی زنان به نسبت بیشتری بر جذابیت جسمانی تأکید می کنند و تصویر مطلوب نقش خورده برای زنان، تصویری از لاغر لندامی است، نازیبابودن، نبود امتیازی محسوب شده که به فشاری منجر می شود که حتی به حیطة های دیگر زیستن زن نیز رخنه می کند. نتایج حاصل از این قسمت با نتایج تحقیق ضیغمی مرادی و مژده (۷)، امیدوار و همکاران (۲۳)، لوینستون و همکاران (۲۰) و آنیس^۲ و همکاران (۲۴) همخوانی دارد. لذا شایان ذکر است عوامل اجتماعی و فرهنگی در نوع ادراک زنان از بدنشان تأثیر فراوانی دارد؛ به نظرمی رسد شناسایی عوامل فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذار بر نگرش زنان نسبت به بدن می تواند اطلاعات ارزشمندی را در اختیار دست اندرکاران و مسئولان حوزه های فرهنگ قرار دهد. بنابراین، سیاست گذاران باید به این مسئله توجه داشته باشند و پایه های تغییر در گرایش زنان به تصور بدنی منفی، گرایش به جراحی زیبایی، استفاده از لوازم آرایشی و در نهایت صرف وقت و

انرژی برای ساختن بدن ایده آل خود را در روند تغییر جامعه قرار دهند که آموزش زنان، مردان و پدر و مادران از جمله این اقدامات برای تغییرات اجتماعی و فرهنگی در جامعه است. همچنین الگوها و عوامل فرهنگی به عنوان مشوق هایی برای درست اندیشیدن به جامعه معرفی شوند تا از تقلید عامل های نابهنجار جلوگیری شود.

همچنین نتیجه تحقیق حاضر نشان داد که بین مقایسه اجتماعی و تصور چاقی رابطه مستقیمی وجود دارد؛ یعنی می توان این نتیجه را گرفت که با افزایش مقایسه اجتماعی پاسخگویان، تصور چاقی آنان نیز افزایش می یابد. در تبیین این یافته بایستی گفت که گاهی اوقات در مناسبت های اجتماعی افراد خود را با دیگران مقایسه می کنند و این مقایسه می تواند منجر به تصور چاقی یا ایجاد نارضایتی از بدن آنها و به دنبال آن اتخاذ رفتارهای مخاطره آمیزی چون اختلالات تغذیه، مصرف قرص های لاغری و غیره را فراهم کند. در همین رابطه صاحب نظرانی همچون فستینگر (۱۹۵۴) این فرض را مطرح می کند که مقایسه های افراد در درون گروه های خود و در موقعیت های چهره به چهره اتفاق می افتد. نتایج مطالعات موریسون، کالین و موریسون (۱۵) و ویلر و میاک (۱۶) موید این مطلب هستند که خیلی از افراد، خود را با دیگران از نظر ظاهر، وزن و عادت های غذایی مقایسه می کنند. همچنین نتایج این قسمت با نتایج به دست آمده به وسیله قانع عزآبادی و قاسمی (۴)، و بوتا (۱۹) نیز همخوانی دارد. لذا با توجه به این یافته تحقیق حاضر پیشنهاد می کند برای جلوگیری تصور منفی از بدن بایستی از مقایسه اندام خود با دیگران پرهیز و در عوض به نکات مثبت عزت نفس توجه نمود.

از سوی دیگر یافته ها حکایت از آن دارند با افزایش فشار اجتماعی پاسخگویان، تصور چاقی آنان نیز افزایش می یابد. در تبیین این یافته نیز بایستی گفت، افرادی که بیشتر تحت نفوذ خانواده و دوستان شان باشند، تصور بدنی که از خویش دارند به نظرات خانواده و دوستان شان وابسته است. اگر این نظرات به صورت طعنه، تمسخر و یا انتقاد از اندام خود باشند، بیشتر در معرض کاهش رضایت از بدن و درونی کردن تصور چاقی هستند. در همین رابطه نظریه مبادله این فرض را مطرح می کند که تأیید شدن، پاداش مهمی است که از کنش متقابل ناشی می شود؛ بنابراین در جامعه ای که جذابیت جسمانی برای افراد امتیازی محسوب می شود و با آن تأیید، تحسین و تمجید می شوند، تأیید و پذیرش شدن به سبب زیبایی اندام از جانب خانواده و گروه دوستان و همسالان، که از مهم ترین گروه ها برای افراد محسوب می شوند و فرد در ارتباط مداوم با آنان به سر می برد، اهمیت زیادی دارد و فاصله گرفتن از اندام مطلوب به فشار اجتماعی و به تبع آن

1. Levinson
2. Annis

- Medical Sciences. Iranian Journal of Psychiatric Nursing. 2016;4, 1, 28-37. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=268367>
3. Brewis A, Hrushka D.J , Wutich A. "Vulnerability to Fat-Stigma in Women's Everyday Relationship", Journal of Social Science & Medicine. 2011; 73,491-497. [<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2011.05.048>]
 4. Ghanee Ezzabadi F, Ghasemi V. Investigating the Phenomenon of Obesity Stigma among 15-44 Year old women in Yazd. Journal of Applied Sociology. 2017; 28(3) (67), 41-60. [Doi / 10.22108/JAS.2017.21439]
 5. Schafer M.H, Feraro F.K. "The Stigma Of Obesity: Does Perceived Weight Discrimination Affect Identity And Physical Health?", Journal Of Social Psychology Quarterly. 2011; 74(1),76-97. [<https://doi.org/10.1177/0190272511398197>]
 6. Haghghatian M, Kavezadeh A, Keyvanaram. Social Factors Influencing Women's Body Image (Case Study: Isfahan City. Journal of Applied Sociology. 2013;, 23(4), 53-66 . <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=189716>
 7. Zeighami Moradi Sh, Mojdeh, F. Correlation between Body Mass Index, Mental Image of Self Body and Depression among Women Visiting a Hospital Clinic in Karaj. Modern Care . 2012; 9(1), 40-48. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=180362>
 8. Mohammadpour N, Pourmohammad R, Alizadeh Aghdam M, Abbaszadeh M. Sociological study The Effect of Western Values and Mass Media on the Body Image Studied: Women over 15 years of age in Tabriz. Applied Sociology. 2015; 25(1), 85-100. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=258082>
 9. Khajenouri B, Rohani A, Hashemi S. Lifestyle and Body Management. Journal of Women's Sociology. 2011; 2(4), 21-48. http://journals.miau.ac.ir/article_1182.html

فشار درونی بر افراد منجر می شود. نتایج حاصل از این قسمت با نتایج تحقیقات قانع عزآبادی و قاسمی (۴)، حقیقتیان و همکاران (۶) و لوینستون و همکارانش (۲۰) همخوان بوده و نظریه مبادله را نیز تأیید می کند. با توجه به این یافته و اینکه فشارهای اجتماعی - فرهنگی از قبیل خنده ها و تمسخرها، طعنه ها و غیره سبب می شود کسانی که این ویژگی را دارند دچار خود کم بینی و فاقد اعتماد به نفس شوند؛ بنابراین برای کسب محبوبیت و زیبایی به لاغری روی بیاورند. لذا با بالا بردن اعتماد به نفس افراد و پراهمیت جلوه دادن ارزش های درونی و قابلیت های فردی می توان از شدت این فشار بر افراد کاست. این امر برنامه ریزی و برگزاری کارگاه ها و دوره های آموزشی مفید از سوی نهادهای گوناگون مانند آموزش و پرورش، دانشگاه ها و غیره را می طلبد.

همچنین از سوی دیگر، نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین متغیرهای سن و وضعیت تأهل با متغیر تصور چاقی رابطه ای وجود ندارد. این نتیجه با نتایج تحقیقات قانع عزآبادی و قاسمی (۴) و حقیقتیان و همکاران (۶) همخوانی ندارد؛ شاید این امر دلایل روش شناختی داشته باشد.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر پرسشنامه آگاهانه توسط پاسخگویان تکمیل شد.

حامی مالی

مطالعه حاضر حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان

طراحی و ایده پردازی: فاطمه گلابی، محمدباقر علیزاده اقدم، توکل آقایاری، اکرم حبیبی؛ روش شناسی و تحلیل داده ها: محمدباقر علیزاده اقدم، توکل آقایاری، اکرم حبیبی؛ نظارت و نگارش نهایی: فاطمه گلابی، اکرم حبیبی.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

References

1. Richetin J, Xaiz, A, Maravitam A, Perugini M. Self-Body Recognition Depends on Implicit and Explicit Self-esteem. Body Image. 2012; 9(2): 253-260. [Doi: 10.1016/j.bodyim.2011.11.002].
2. Momeni M, Ghorbani A, Hasandoost F. Predictors of Body image dissatisfaction among students of Qazvin University of

- Male and Female Students of Isfahan University. *Journal of Women's Studies Sociological and Psychological*. 2014; 2(3), 61-92. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=201454>
19. Botta R.A. "For Your Health? The relationship between magazine reading and adolescents' body image and eating disturbances", *Sex Roles*. 2003; 48(9/10): 389-399. [\[https://doi.org/10.1023/A:1023570326812\]](https://doi.org/10.1023/A:1023570326812)
 20. Levinson R, Powell B, Steelman L.C. Social Location, Significant Others and Body Image among Adolescents. *Social Psychology Quarterly*. 1986; 49(4), 330-337. [\[https://doi.org/10.2307/2786772\]](https://doi.org/10.2307/2786772)
 21. Garner D, Garfinkel P, Schwartz D, Thompson M. Cultural Expectations of Thinness in Women. *Psychological Report*. 1980; 47, 483-491. [\[DOI: 10.2466/pr0.1980.47.2.483\]](https://doi.org/10.2466/pr0.1980.47.2.483)
 22. Detailed results of the Population and Housing Census 2016. Website Organization of Management and Planning of East Azerbaijan Province. <https://azsharghi.mporg.ir/FileSystem/View/File.aspx?FileId=9b2595ae-cd85-43c8-80fa-fdc2b1fc4d91&Mode=Preview>
 23. Omidvar N, Eghtesadi Sh, Ghazzi Tabatabaie M, Minaii S, Samareh S. (2002). Mental Image of the Body and Its Relationship with Body Mass Index and Food Consumption Pattern between Adolescents in Tehran. *Research in Medicine*. 2002; 26(4), 257-264. <http://pejouhesh.sbmu.ac.ir/article-1-239-fa.html>
 24. Annis N.M, Cash T, Hrabosky J. "Body Image and Social Psychosocial among Stable Average Weight, Currently Overweight, and Formerly Overweight Women: the Role of Stigmatizing Experiences", *Journal of Body Image*. 2004; 1, 155. [\[DOI: 10.1016/j.bodyim.2003.12.001\]](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2003.12.001)
 10. Damari B, Nasehi A, Vosough Moghaddam A. What Can We Do to Improve the Health of Iranians? *Journal of the School of Health and the Institute of Health Research*. 2013, 11(1), 45-58. <http://sjsph.tums.ac.ir/article-1-5014-fa.html>
 11. Mokhtari M, Enayat H. The Role of Gender Attitudes in the Emergence of Women's Physical Perception. *Women in Development and Politics*. 2013; 9(3), 67-87. https://jwdp.ut.ac.ir/article_23650.html
 12. Cash T.F. "Gender Attitudes, Feminist Identity, and Body Images Among College Women", *Journal of Sex Roles*. 1997; 36(7/8), 433-447. <https://doi.org/10.1007/BF02766682>
 13. Abazari Y; Hamidi N. (2008). Sociology of Body and Some Controversy. *Women's research*. 2008; 6(4), 127-160. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=85157>
 14. Sparhawk M.J. (2003) Body Image and The Media: The Media's Influence on Body Image. Master of Science Degree, University of Wisconsin. 2003; (pp. 1-43). [\[Doi=10.1.1.390.9884\]](https://doi.org/10.1.1.390.9884)
 15. Morrison T, Kalin R, Morrison M. Body-image evaluation and body-image investment among adolescents: A test of sociocultural and social comparison theories. *Adolescence*. 2004; 39(155), 571-592. [\[PMID: 15673231\]](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15673231/)
 16. Wheeler L, Miyake K. (1992). Social Comparison in Everyday Life. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1992; 62, 760-773. [\[DOI:10.1037/0022-3514.62.5.760\]](https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.5.760)
 17. Obrien K. "Upward and Downward Appearance Comparison: Development of Scales and Examination of Predictive Qualities. *Journal of Body Image*. 2009; 6, 201206. [\[DOI: 10.1016/j.bodyim.2009.03.003\]](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.03.003)
 18. Ghasemi V, Adlipour S, Borandegi B. The Relationship between Using Facebook Social Network and Body Image among