

نقش واسطه‌ای درونی سازی آرمان‌های اجتماعی در رابطه بین بازخوردهای

اجتماعی - فرهنگی و نارضایتی از ظاهر بدنی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۶/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۲۵

رقیه پاینده^۱

محترم نعمت طاوسی^{۲*}

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: این پژوهش با هدف تعیین نقش واسطه‌ای درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی در رابطه بین بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی و نارضایتی از ظاهر بدنی انجام گرفت.

روش: بر مبنای یک طرح همبستگی ۲۷۰ زن مراجعه‌کننده به مراکز زیبایی منطقه ۲ شهر تهران در سال ۹۸ با دامنه سنی ۲۰ تا ۴۰ سال به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب و به پرسشنامه‌های روابط چند بعدی بدن - خود (کش، ۱۹۹۷) و بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی به ظاهر-۳ (تامسون و همکاران، ۲۰۰۰) پاسخ دادند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد، مدل پیشنهادی بین متغیرها از برازش قابل قبولی برخوردار است. اثر مستقیم زیرمقیاس‌های اهمیت ($\beta = -0.122$, $P < 0.05$) و فشار ($\beta = -0.141$, $P < 0.05$) از بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی و اثر مستقیم زیرمقیاس درونی‌سازی عمومی ($\beta = -0.276$, $P < 0.01$) از درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی به صورت منفی بر نارضایتی از ظاهر بدنی معنادار هستند. اثر مستقیم درونی‌سازی ورزشکار ($\beta = 0.222$, $P < 0.001$) به صورت مثبت بر نارضایتی از ظاهر بدنی معنادار است. این یافته‌ها نشان دادند، بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی با واسطه درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی بر نارضایتی از ظاهر بدنی زنان اثر غیرمستقیم معنادار دارد. همچنین ۱۷ درصد از واریانس نارضایتی از ظاهر بدنی توسط متغیرهای پیش‌بین تبیین شد.

نتیجه‌گیری: بر اساس یافته‌های این پژوهش، بررسی عوامل زمینه‌ساز درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی می‌تواند، گامی مؤثر در جهت پیشگیری از نارضایتی از ظاهر بدنی و مشکلات وابسته به آن باشد.

کلمات کلیدی: درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی، بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی، نارضایتی از ظاهر بدنی

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب.

۲. دانشیار گروه روان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب.

*نویسنده مسئول: Nemattavousi@Yahoo.Com

The Mediating Role of Internalization of Societal Ideals in the Relationship between Sociocultural Attitudes and Body Appearance Dissatisfaction

Roghayeh Payandeh¹

Mohtaram Nemat Tavousi^{2*}

Original Article

Abstract

Introduction: Aim of this research was to determine the mediating role of internalization of societal ideals in the relationship between sociocultural attitudes and body appearance dissatisfaction.

Method: Based on a correlation design, 270 clients (women) aged 20- 40 years to beauty centers of Tehran were selected with convenience sampling and complete Multidimensional Body-Self Relations (Cash,1997) and Sociocultural Attitudes Towards Appearance -3 (Thompson et al, 2000) questionnaires. To analyze data, path analysis is used.

Results: The findings indicated that the model has an acceptable fit between the variables. The direct effect from importance ($=\beta 0/122$, $p<0/05$) and pressure ($=\beta 0/141$, $p<0/05$) subscales from sociocultural attitudes, and direct effect from general internalization ($=\beta 0/276$, $p<0/001$) from the internalization of societal ideals have negatively significant association with body appearance dissatisfaction. The direct effect from athlete internalization ($=\beta 0/222$, $p<0/001$) has a positive significant association with body appearance dissatisfaction. These findings showed that sociocultural attitudes through the internalization of societal ideals have a significant indirect effect on body appearance dissatisfaction. Also, Predictive variables can be explained 17% of the variance of body appearance dissatisfaction.

Conclusion: According to the findings of this research, the factors regarding internalization of societal ideals could be beneficial in the prevention of body appearance dissatisfaction and related problems.

Keywords: internalization of societal ideals, sociocultural attitudes, body appearance dissatisfaction

1. Msc Clinical Psychology, Islamic Azad University, South Tehran.

2. Associate Professor Department Of Psychology, Islamic Azad University, South Tehran.

*Corresponding Author: Nematavousi@Yahoo.Com

مقدمه

اهمیت ظاهر بدنی در زنان بیش از سایر اقشار جامعه است. زنان در معرض پیام‌های بیشتری در مورد ظاهر و اندام‌شان در مقایسه با مردان قرار می‌گیرند، و این باعث شکل‌گیری نارضایتی بدنی بیشتر در زنان می‌شود (پورشریفی و مبعث زمانی، ۱۳۹۲؛ کویتکت، هارتمن، دسینگ، بولمن و ووکز^۱، ۲۰۱۹). نارضایتی از ظاهر بدنی به‌عنوان مهم‌ترین عنصر اختلال تصویر بدنی، ارزیابی منفی از جنبه‌های ظاهری مثل اندازه، شکل و وزن بدن است (کش^۲، ۱۹۹۰).

تصویر بدنی^۳ بازنمایی درونی از ظاهر بیرونی فرد و مجموعه‌ای از سازه‌های شناختی چندبعدی و پیچیده از ادراک، بازخوردها، عواطف و رفتارهای مرتبط با بدن است (کش، ۲۰۰۲؛ کش و پروزینسکی^۴، ۱۹۹۰). اما این تصورات فاعلی^۵ ثابت نیست و براساس عوامل بیرونی، درونی و زمینه‌ای تغییر می‌کند (کش، ۲۰۰۲). عوامل متعددی مانند بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی (فشار و اهمیت رسانه) و درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی و فرهنگی در تغییر تصویر فرد از بدن خود و شروع و تداوم نارضایتی از ظاهر بدنی مؤثر است (تامسون، هینبرگ، آلتیب و تئلف‌دان^۶، ۱۹۹۹؛ ملگرو، استلی و تیگمن^۷، ۲۰۱۷).

بیشتر زنان رسانه را منبع مهمی در زمینه آگاهی و تأثیرپذیری از آرمان‌های اجتماعی می‌دانند (فردولی، پینکوس و وارثانیان^۸، ۲۰۱۷؛ کراوسیک و تامسون^۹، ۲۰۱۵). یک فراتحلیل با بررسی ۷۷ پژوهش نشان داد که مواجهه با رسانه می‌تواند موجب شکل‌گیری نارضایتی از ظاهر بدنی در زنان شود (گراب، وارد و هاید^{۱۰}، ۲۰۰۸). زمانی که نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی بر شکل‌گیری تصویر بدنی مطرح می‌شود، منظور انتظاری است که فرد بر مبنای مطلوب‌های تعریف شده در جامعه از بدن خود پیدا می‌کند. این مطلوب‌ها گاه خود را در قامت بازیگران و ستارگان سینما و موسیقی یا ورزشکاران مشهور نمایان می‌سازند و گاه از طریق جریان‌های مد به افراد عرضه می‌شوند و در مواردی نیز سنت‌های ریشه‌دار یا ارزش‌های مذهبی آن‌ها را شکل می‌دهند (حیدری و کرمانی، ۲۰۱۱؛ فردولی و همکاران، ۲۰۱۷). مباحث اجتماعی - فرهنگی درباره ظاهر و بدن، مملو از پیام‌هایی است که اندام لاغر برای زنان را استاندارد زیبایی می‌داند و آن‌را با محبوب بودن، موفق بودن و باارزش بودن برابر می‌کند (عباس‌زاده،

1. Quittkat, Hartmann, Duesing, Buhlmann & Vocks,
2. Cash
3. Body Image
4. Pruzinsky
5. Subjective
6. Thompson, Heinberg,, Altabe & Tantleff-Dann
7. Mulgrew, Stalley & Tiggmann,
8. Fardouly, Pinkus & Vartanian
9. Krawczyk & Thompson
10. Grabe, Ward & Hyde

علیزاده‌ا قدم، پورمحمد و محمدپور، ۱۳۹۳). چنین دیدگاهی راهنمای زنان در زندگی‌شان می‌شود. برخی از آنان صرفاً به اهمیت ظاهر و لاغری آگاهند، در حالی که برخی دیگر این آرمان‌ها را به عنوان سیستم باور شخصی خود می‌پذیرند و درونی می‌کنند (تامسون، ۱۹۹۰).

بر اساس الگوی اجتماعی - فرهنگی تامسون و همکاران (۱۹۹۹)، نارضایتی از ظاهر بدنی ناشی از درونی‌سازی آرمانهایی است که فرهنگ برای فرد مشخص کرده است. فردی که استانداردهای زیبایی جامعه را درونی می‌کند، بیشتر مستعد ایجاد تصویر بدنی منفی است (صادقی، ایزانلو، فلاحی و افتخاری، ۱۳۹۷؛ ملگرو و همکاران، ۲۰۱۷).

درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی به معنای پذیرش آرمان‌های اجتماعی توسط فرد و ارزیابی بدن خودش در رابطه با آن‌ها است که با حد قرارگیری و مواجهه زنان با بازخوردهای اجتماعی رابطه دارد (تامسون و همکاران، ۱۹۹۹)، و به عنوان عامل خطری در ایجاد نارضایتی از ظاهر بدنی محسوب می‌شود (فیتزیمونس - کرفت، باردن - کن، کراسبی، انگل، وندرلیچ و بولیک^۱، ۲۰۱۶). تبلیغات گسترده رسانه‌ها در عصر کنونی، بیش از حد بر شرایط مطلوب ظاهری تأکید و اطلاعات و استانداردهای غیر واقعی از ظاهر آرمانی را به جامعه به‌ویژه زنان تحمیل می‌کند. در این چنین شرایطی دستیابی به ظاهر بدنی آرمانی در این سطح برای بسیاری از زنان امکان‌پذیر نیست، با این حال، این شرایط آرمانی از سوی آنان پذیرفته و درونی شده است (کازمی کیله‌گلان، پارسافر، افشاری و براتی، ۱۳۹۶). زنان همواره در تلاشند تا بتوانند با بالا بردن کیفیت ظاهری بدن، خود را با انتظارات اجتماعی و فرهنگی جامعه هماهنگ سازند (تیگمن و اسلاتر^۲، ۲۰۰۴). هراندازه تفاوت بین بدن واقعی و بدن آرمانی بیشتر باشد، به احتمال بیشتری زنان نارضایتی از ظاهر بدنی را تجربه می‌کنند (کش، ۱۹۹۰؛ گروگان^۳، ۲۰۱۷).

بر اساس پیشینه پژوهش، ارزش‌های اجتماعی از طریق بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی انتقال می‌یابد. افراد آن ارزش‌ها را درونی می‌کنند و چون این ارزش‌های آرمانی غالباً با آنچه در واقعیت وجود دارد همخوان نیست، نارضایتی از ظاهر بدنی شکل می‌گیرد (استیک^۴، ۲۰۰۲؛ تامسون و استیک، ۲۰۰۱)، که نتیجه آن ابتلای زنان به انواع آسیب‌های جسمانی، روانی و اجتماعی و انجام انواع جراحی‌های زیبایی است (انجمن جراحان پلاستیک امریکا، ۲۰۱۸ نقل از سارور^۵، ۲۰۱۹؛ فیتزیمونس - کرفت و همکاران، ۲۰۱۶؛ کاراسیا، مومن و تیلکا^۶، ۲۰۱۷).

1. Fitzsimmons-Craft, Barden-Cone, Crosby, Engel, Wonderlich & Bulik,
2. Tiggemann & Slater
3. Grogan
4. Stice
5. Sarwer
6. Karazsia, Mumen & Tylka

اکثر پژوهش‌هایی که در زمینه بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی و مکانیسم‌های واسطه‌ای آن انجام شده در کشورهای غربی صورت گرفته است (شرکا، امیرکافی و گروسی، ۲۰۱۹). با توجه به این مهم که تصویر بدنی سازه‌ای اجتماعی است و بافت فرهنگی هر جامعه ارزش‌های خاص خود را می‌پروراند و بر آن‌ها تأکید می‌کند، در تعمیم نتایج حاصل از سایر نقاط جهان، باید جانب احتیاط رعایت شود. امید است این پژوهش بتواند یافته‌های سودمندی برای پیشگیری از نارضایتی از ظاهر بدنی و مشکلات وابسته به آن را در زنان فراهم کند. در راستای هدف‌های مورد بررسی، فرضیه پژوهش به این شرح آزمون شد: نقش واسطه‌ای درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی در رابطه بین بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی و نارضایتی از ظاهر بدنی.

روش

این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری شامل زنان مراجعه‌کننده به مراکز زیبایی منطقه دو شهر تهران در سه ماهه نخست سال ۱۳۹۸ بود. حجم نمونه به توصیه کلاین^۱ (۲۰۱۱)، مبنی بر ۲/۵ برابر تعداد ماده‌های پرسشنامه‌ها، ۲۹۰ نفر تعیین شد که ۲۰ پرسشنامه مخدوش و در نهایت ۲۷۰ پرسشنامه وارد پژوهش شد. از حدود ۹۵ مرکز مهم ارائه‌دهنده خدمات زیبایی، ۱۰ مرکز انتخاب و مراجعانی که ملاک‌های ورود به این پژوهش را داشتند به صورت در دسترس انتخاب شدند. ملاک‌های ورود به نمونه، زنان ۲۰ تا ۴۰ سال با حداقل تحصیلات دیپلم، نداشتن معلولیت یا نقص در ظاهر و داشتن رضایت به انجام این پژوهش بود.

ابزار پژوهش

(الف) پرسشنامه روابط چندبعدی بدن - خود: پرسشنامه روابط چند بعدی بدن - خود^۲ توسط کش، وینستد و جاندا (۱۹۸۶-۱۹۸۷) با ۴۶ ماده برای ارزیابی بازخورد فرد درباره ابعاد مختلف ساختار تصویر بدنی طراحی شده است. در این پژوهش از فرم نهایی پرسشنامه روابط چند بعدی بدن - خود (کش، ۱۹۹۷) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۶ زیرمقیاس ارزیابی ظاهر^۳، گرایش ظاهر^۴، ارزیابی تناسب بدنی^۵، گرایش تناسب بدنی^۶، دل‌مشغولی اضافه وزن^۷ (وزن فاعلی) و رضایت بدنی^۸ است که به‌طور فردی یا گروهی از سن ۱۵ سالگی قابل

1. Kline
2. Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire
3. Appearance Evaluation(AE)
4. Appearance Orientation(AO)
5. Fitness Evaluation(FE)
6. Fitness Orientation (FO)
7. Subjective Weight(SW)
8. Body Areas Satisfaction Scale(BASS)

اجراست و برای ارزیابی کودکان مناسب نیست. هر یک از ماده‌ها ۵ نمره دارد، که براساس مقیاس لیکرت، برای کاملاً مخالف، نمره ۱ و برای کاملاً موافق، نمره ۵ در نظر گرفته شده است. ماده‌های ۷، ۱۱، ۱۲، ۱۵، ۱۷، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۶، ۲۸، ۲۹، ۳۱، ۳۲، به شکل معکوس نمره‌گذاری می‌شوند. روایی بخش‌های اصلی پرسشنامه توسط سازندگان آن به روش تحلیل عاملی بررسی و همسانی درونی زیرمقیاس‌ها ۰/۷۹ تا ۰/۹۴ و ضریب آلفای کرونباخ آن ۰/۸۱ گزارش شد. در فرم فارسی بشارت (۱۳۸۷) به بررسی روایی و اعتبار این پرسشنامه پرداخت که ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌های هریک از زیرمقیاس‌ها در یک نمونه ۲۱۷ نفری از دانش‌آموزان، به ترتیب ۰/۸۸، ۰/۸۵، ۰/۸۳، ۰/۷۹، ۰/۹۱ و ۰/۹۴ محاسبه شد که نشان از همسانی درونی خوب پرسشنامه است. ضرایب همبستگی بین ۶۷ نفر از نمونه مذکور، در دو نوبت با فاصله دو هفته به ترتیب $r = 0/78$ برای ارزشیابی قیافه، $r = 0/75$ جهت‌گیری قیافه، $r = 0/71$ ارزشیابی تناسب اندام، $r = 0/69$ جهت‌گیری تناسب اندام، $r = 0/84$ وزن فاعلی و $r = 0/89$ رضایت بدنی محاسبه شد که نشانه اعتبار بازآزمایی رضایت بخش پرسشنامه است. روایی همزمان پرسشنامه روابط چند بعدی بدن - خود، به شیوه اجرای همزمان با پرسشنامه سلامت عمومی (گلدبرگ^۱، ۱۹۸۸) محاسبه شد. نتایج ضرایب همبستگی پیرسون نشان داد که بین نمره ابعاد شش‌گانه پرسشنامه روابط چند بعدی بدن - خود و نمره کلی سلامت عمومی، همبستگی منفی معنادار از $r = -0/65$ تا $r = -0/72$ وجود دارد. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ برای نارضایتی از ظاهر بدنی ۰/۸۶۲ برآورد شد. همچنین ضریب همبستگی پرسشنامه روابط چند بعدی بدن - خود و مقیاس ظاهر بدن ایرانی^۲ (ابراین و اپستین^۳، ۱۹۸۸) در این پژوهش ۰/۵۲۲ بود که نشان دهنده همبستگی مثبت و بالای نمره‌های دو ابزار و در نتیجه، روایی ملاکی همزمان ابزار مورد استفاده بود.

ب) پرسشنامه بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی نسبت به ظاهر- ۳: تاسون و

همکاران (۲۰۰۰)، سومین نسخه تجدیدنظر شده پرسشنامه بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی نسبت به ظاهر^۴ را ساختند. این ابزار با ۳۰ ماده برای سنجش بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی و درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی در افراد است. سومین ویراست این پرسشنامه دارای چهار زیرمقیاس فشار، اهمیت، درونی‌سازی رسانه‌ها و درونی‌سازی ورزشکاران است. زیرمقیاس اهمیت با ۹ ماده ارزیابی رسانه به عنوان منبع اطلاعاتی درباره جذاب بودن و زیرمقیاس فشار با

1. Goldberg
2. O'Brien
3. Epstein
4. Sociocultural Attitudes Towards Appearance

۷ ماده احساسات فردی حاصل از مواجهه با تصاویر و پیام‌های رسانه در مورد اصلاح و تغییر ظاهر را می‌سنجد. نمره بالا در این دو زیرمقیاس نشان‌دهنده این است که فرد رسانه را منبع تأثیرگذاری در زمینه آگاهی از آرمان‌ها می‌داند. زیرمقیاس‌های درونی‌سازی با ۱۴ ماده (درونی‌سازی عمومی ۹ ماده و درونی‌سازی ورزشکار ۵ ماده) حد پذیرش و تأیید آرمان‌های اجتماعی و فرهنگی و تلاش برای رسیدن به این آرمان‌های غیر واقعی برای زیبایی زنانه و بدن‌های ورزشکاری را می‌سنجد. هر یک از ماده‌ها ۵ نمره دارد، که براساس مقیاس لیکرت، برای کاملاً مخالف، نمره ۱ و برای کاملاً موافق، نمره ۵ در نظر گرفته شده است. ماده‌های ۳، ۶، ۹، ۱۲، ۱۳، ۱۹، ۲۷ و ۲۸ به شکل معکوس نمره‌گذاری می‌شوند. ماده‌های زیرمقیاس فشار ۲، ۶، ۱۰، ۱۴، ۱۸، ۲۲ و ۲۶، ماده‌های زیرمقیاس اهمیت ۱، ۵، ۹، ۱۳، ۱۷، ۲۱، ۲۵، ۲۸ و ۲۹، ماده‌های زیرمقیاس درونی‌سازی عمومی ۳، ۴، ۷، ۸، ۱۱، ۱۲، ۱۵، ۱۶ و ۲۷ و ماده‌های زیرمقیاس درونی‌سازی ورزشکار ۱۹، ۲۰، ۲۳، ۲۴ و ۳۰ است. اعتبار این آزمون توسط سازندگان آن برای کل پرسشنامه ضریب کرونباخ ۰/۹۴ و برای زیرمقیاس‌های درونی‌سازی عمومی، درونی‌سازی ورزشکار، فشار و منابع اطلاعاتی به ترتیب ۰/۹۶، ۰/۹۵، ۰/۹۲ و ۰/۹۶ گزارش شده است. روائی همگرا از طریق محاسبه ضریب همبستگی بین نمره بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی نسبت به ظاهر آزمودنی‌ها با سیاهه اختلال خوردن (گارنر^۱، ۱۹۸۳) در یک نمونه ۸۵۹ نفری مناسب گزارش شد. همچنین روائی این ابزار بین نمونه‌هایی از فرهنگ‌های مختلف مورد آزمون قرار گرفت و ویژگی‌های روان‌سنجی آن مطلوب گزارش شد. محمدپناه اردکان و همکاران (۱۳۹۲) اعتبار این پرسش‌نامه را به دو شیوه همسانی درونی و دونیمه‌کردن به ترتیب ۰/۷۷ و ۰/۵۵ گزارش کردند (ضریب آلفای کرونباخ کل = ۰/۸۱) و روائی آن را به روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PCA^۲) با چرخش واریماکس بررسی و با نتیجه چهار مؤلفه با ارزش‌های بیشتر از ۱ نشان دادند که ساختار، تعداد و ترتیب عوامل فرم فارسی پرسشنامه مذکور به فرم اصلی نزدیک بوده و این نشان‌دهنده معنادار بودن این پرسشنامه در فرهنگ ایران است. این آزمون توسط پژوهشگران زیادی در ایران استفاده و اعتبار و روائی مناسب را گزارش کرده‌اند در این پژوهش ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای فشار، اهمیت، درونی‌سازی عمومی و درونی‌سازی ورزشکار به ترتیب ۰/۷۷۲، ۰/۷۹۳، ۰/۸۴۲ و ۰/۷۳۲ اندازه‌گیری شد.

1. Garner
2. Principal Component Analysis

یافته‌ها

بر اساس نتایج، میانگین سنی زنان مراجعه کننده به مراکز زیبایی منطقه دو شهر تهران در گروه نمونه برابر ۲۹/۸۵ با انحراف استاندارد ۷/۰۳۸ بود که در دامنه سنی ۲۰ تا ۴۰ سال قرار داشتند. مشخصات تحصیلات گروه نمونه به تفکیک وضعیت تأهل در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گروه نمونه به تفکیک وضعیت تاهل

کل (n=۲۷۰)		متاهل (n=۱۱۲)		مجرد (n=۱۵۸)			
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۲۱/۱	۵۷	۲۹/۵	۳۳	۱۵/۲	۲۴	دیپلم	
۱۸/۱	۴۹	۱۶/۱	۱۸	۱۹/۶	۳۱	کاردانی	تحصیلات
۴۲/۶	۱۱۵	۳۵/۷	۴۰	۴۷/۵	۷۵	کارشناسی	
۱۶/۳	۴۴	۱۵/۲	۱۷	۱۷/۱	۲۷	ارشد	
۱/۹	۵	۳/۶	۴	۰/۶	۱	دکتری	

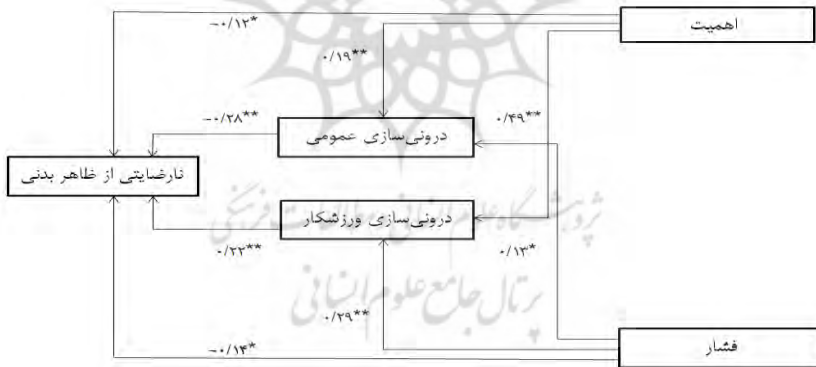
به‌منظور بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش پس از بررسی شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد، از آزمون همبستگی گشتاوری پیرسون استفاده شد که پیش از اجرای آن، مفروضه‌های این آزمون که شامل بهنجاری توزیع داده‌ها و خطی بودن رابطه متغیرها است، بررسی شد. در ابتدا مفروضه بهنجاری که مفروضه اصلی تمامی آزمون‌های پارامتریک است مورد بررسی و رابطه خطی بین متغیرهای این پژوهش (نارضایتی از ظاهر بدنی، بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی و درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی) با استفاده از نمودار نقطه‌ای بررسی شد که نتایج بیانگر برقراری مفروضه هم‌خطی بین این متغیرها بود، اما به توجه به حجم زیاد نمودارها از گزارش آنها صرف‌نظر شد. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که مفروضه‌های آزمون همبستگی پیرسون برقرار و نتایج حاصل از اجرای آن معتبر است.

جدول ۲. میانگین، انحراف استاندارد و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش (n=۲۷۰)

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	۱	۲	۳	۴
۱- اهمیت	۳۰/۳۴	۴/۹۴۳	-			
۲- فشار	۱۷/۲۳	۴/۷۷۹	۰/۳۱**	-		
۳- درونی‌سازی عمومی	۲۴/۸۴	۶/۵۵۱	۰/۳۳**	۰/۵۴**	-	
۴- درونی‌سازی ورزشکار	۱۴/۴۴	۳/۹۸۵	۰/۲۱**	۰/۳۳**	۰/۵۴**	
۵- نارضایتی از ظاهر بدنی	۱۶۶/۳۷	۱۸/۰۱۹	۰/۲۲**	۰/۲۶**	۰/۲۸**	۰/۰۱

** < ۰/۰۱ *P < ۰/۰۵

جهت آزمون فرضیه پژوهش از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد. پیش از اجرای این آزمون از برقراری مفروضه‌های اساسی آن (حجم نمونه، بهنجاری توزیع داده‌ها، داده‌های پرت، آزمون کرویت و هم‌خطی چندگانه) اطمینان حاصل شد. بهنجاری توزیع داده‌ها و داده‌های پرت در مراحل قبلی مورد بررسی قرار گرفتند. برای حجم نمونه اغلب مولفان نمونه بالاتر از ۲۰۰ نفر را برای معادلات ساختاری مناسب دانسته‌اند ($n=270$). افزون بر آن شاخص کیسر-میر-اولکین^۱ برابر 0.76 به دست آمد که بیانگر کفایت حجم این نمونه است. نتایج آزمون کرویت بارلت^۲ ($\chi^2=8526/971$ و $P<0.001$) نیز نشان‌دهنده برقراری مفروضه همانی نبودن ماتریس همبستگی بین ماده‌ها است. همچنین نتایج حاصل از بررسی هم‌خطی چندگانه بین متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد شاخص تحمل و عامل تورم واریانس در دامنه پذیرش قراردارند (دامنه پذیرش شاخص تحمل بزرگتر از 0.10 و عامل تورم واریانس کمتر از 10). بنابراین بین متغیرهای پژوهش هم‌خطی چندگانه وجود ندارد. با تأیید برقراری مفروضه‌های آزمون تحلیل مسیر، نتایج حاصل از اجرای این آزمون جهت تعیین نقش واسطه‌ای درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی (درونی‌سازی عمومی و ورزشکار) در ارتباط بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی (اهمیت و فشار) با نارضایتی از ظاهر بدنی، در شکل ۱ با مدل استاندارد به نمایش در آمده است.



شکل ۱. نمودار مسیرهای برازش یافته با مدل استاندارد ($P<0.05$ ** $P<0.001$ *)

شاخص‌های برازش مدل آزمون شده در جدول ۳ گزارش شده که بیانگر برازش مطلوب مدل است.

1. Kaiser- Meyer- Olkin (KMO)
2. Bartlett's Test Of Sphericity

جدول ۳. شاخص‌های برازندگی مدل پیشنهادی در پژوهش

RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NFI	X2/df
۰/۰۳۹	۰/۹۶۷	۰/۹۰۴	۰/۹۰۵	۰/۹۷۲	۲/۶۴۳

با اطمینان از برازش مناسب مدل، ضرایب استاندارد کل مسیر، اثر مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم موجود در مدل مربوط به بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی (اهمیت و فشار) و نارضایتی از ظاهر بدنی با واسطه درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی (درونی‌سازی عمومی و ورزشکار) در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. ضرایب استاندارد کل، مستقیم و غیرمستقیم در مدل

مسیرها	اثر کل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	واریانس تبیین شده
بر درونی‌سازی عمومی از اهمیت	۰/۱۸۶	۰/۱۸۶	-	۰/۲۷۷
فشار	۰/۴۹۲	۰/۴۹۲	-	
بر درونی‌سازی ورزشکار از اهمیت	۰/۱۲۵	۰/۱۲۵	-	۰/۱۰۲
فشار	۰/۲۹۳	۰/۲۹۳	-	
بر نارضایتی از ظاهر بدنی از اهمیت	-۰/۱۴۶	-۰/۱۲۲	-۰/۲۴**	۰/۱۶۶
فشار	-۰/۲۱۲	-۰/۱۴۱	-۰/۰۷۱*	
درونی‌سازی عمومی	-۰/۲۷۶	-۰/۲۷۶	-	
درونی‌سازی ورزشکار	۰/۲۲۲	۰/۲۲۲	-	

* $P < 0.05$ ** $P < 0.001$

بر اساس مسیرهای آزمون شده در مدل و نتایج جدول ۴ مشاهده شد اثر مستقیم زیر مقیاس اهمیت بر درونی‌سازی عمومی ($\beta = 0.186$) و درونی‌سازی ورزشکار ($\beta = 0.125$) به صورت مثبت معنادار و اثر مستقیم زیرمقیاس فشار بر درونی‌سازی عمومی ($\beta = 0.311$) و درونی‌سازی ورزشکار ($\beta = 0.311$) به صورت مثبت معنادار است. همچنین اثر مستقیم زیرمقیاس‌های اهمیت ($\beta = -0.122$) و فشار ($\beta = -0.141$) از بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی، و اثر مستقیم زیرمقیاس درونی‌سازی عمومی ($\beta = -0.276$) از درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی به صورت منفی بر نارضایتی از ظاهر بدنی معنادار هستند. اثر مستقیم درونی‌سازی ورزشکار ($\beta = 0.222$) نیز به صورت مثبت بر نارضایتی از ظاهر بدنی معنادار است. این یافته‌ها نشان دادند بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی (اهمیت و فشار) با واسطه درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی (درونی‌سازی عمومی و ورزشکار) بر نارضایتی از ظاهر بدنی زنان اثر غیرمستقیم معنادار دارد که

فرضیه پژوهش مبنی بر این که "درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی در رابطه بین بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی و نارضایتی از ظاهر بدنی نقش واسطه‌ای دارد" را تایید می‌کند. همچنین نتایج نشان می‌دهد بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی (اهمیت و فشار) ۲۸ درصد از واریانس زیرمقیاس درونی‌سازی عمومی و ۱۰ درصد از زیرمقیاس درونی‌سازی ورزشکار را تبیین می‌کنند. افزون بر آن بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی و درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی ۱۷ درصد از واریانس نارضایتی از ظاهر بدنی زنان را تبیین می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تعیین نقش درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی در رابطه بین بازخوردهای اجتماعی فرهنگی و نارضایتی از ظاهر بدنی بر زنان انجام شد. نتایج نشان داد فشار و اهمیت رسانه با واسطه درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی نارضایتی از ظاهر بدنی در زنان را پیش‌بینی می‌کند. به بیان دیگر زنان رسانه را منبع تأثیرگذاری در زمینه آگاهی از آرمان‌ها می‌دانند و از آن تأثیر می‌پذیرند. این یافته به لحاظ رابطه بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی و نارضایتی از ظاهر بدنی با نتایج پژوهش‌های فردولی و همکاران (۲۰۱۷)، کراوسیک و همکاران (۲۰۱۵)، کاظمی و همکاران (۱۳۹۴)، وارتانیان و همکاران (۲۰۱۶) و به لحاظ رابطه بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی و درونی‌سازی عمومی و درونی‌سازی ورزشکار با نتایج پژوهش‌های صادقی و همکاران (۱۳۹۷)، فردولی و همکاران (۲۰۱۷)، وارتانیان و همکاران (۲۰۱۶) هم‌سو بود.

در تبیین این یافته می‌توان گفت تأثیر مهم رسانه در شکل‌دهی نارضایتی از ظاهر بدنی از طریق ارائه استانداردهای زیبایی مشخص به زنان است (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). زنانی که با بسیاری از این استانداردها احاطه می‌شوند، این آرمان‌ها را به‌عنوان هنجار می‌پذیرند و آن را درونی می‌کنند (تامسون و همکاران، ۲۰۰۱؛ کاظمی کیله‌گلان و همکاران، ۱۳۹۶؛ وارتانیان و همکاران، ۲۰۱۶). و نارضایتی از ظاهر بدنی زمانی ایجاد می‌شود که زنان این استانداردها را واقعی و دست‌یافتنی می‌پندارند (استیک، ۲۰۰۲؛ صادقی و همکاران، ۱۳۹۷؛ وارتانیان و همکاران، ۲۰۱۶). البته نتایج برخی پژوهش‌ها در ایران نشان می‌دهد برخی زنان با نقش برنامه‌های تلویزیون به عنوان منابع مهم مد و جذاب‌شدن موافق نبودند. شاید بهتر است به این نکته هم توجه داشت که در تلویزیون داخلی توجه زیادی به قوانین اسلامی می‌شود و چندان به مسئله بدن و آرمان‌های بدنی پرداخته نمی‌شود (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

همچنین نتایج این پژوهش نشان داد درونی‌سازی عمومی به‌صورت غیرمستقیم و درونی‌سازی ورزشکار به‌صورت مستقیم با نارضایتی از ظاهر بدنی رابطه داشته و آن را پیش‌بینی می‌کنند. این یافته با نتایج پژوهش‌های کنعانی و همکاران (۱۳۹۶)، فردولی و

همکاران(۲۰۱۷)، فیتزیمونس - کرفت و همکاران(۲۰۱۶)، کوهی نصرآبادی و همکاران(۱۳۹۴)، ملگرو و همکاران(۲۰۱۷) هم سو و عکس نتایج پژوهش پورشریفی و همکاران(۱۳۹۲) بود. در تبیین این یافته می‌توان گفت زنانی که معیارهای جذابیت جامعه را درونی می‌کنند بیشتر مستعد نارضایتی از شکل و ظاهر بدنی هستند (فیتزیمونس - کرفت و همکاران، ۲۰۱۶ و ملگرو و همکاران، ۲۰۱۷). درونی‌سازی موجب می‌شود زنان استانداردهایی را برای خود به‌عنوان ملاک و ارزش قرار می‌دهند که در بیشتر موارد کسب آن‌ها برایشان بسیار مشکل و گاه غیرممکن است، این عدم دستیابی به آرمان‌ها و عدم هماهنگی بین ادراک آن چیزی که هستند و آن چیزی که دوست دارند به آن برسند، منجر به نارضایتی از ظاهر بدنی می‌شود (تامسون و همکاران، ۱۹۹۰؛ گروگان، ۲۰۱۷).

در نهایت نتایج نشان داد بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی با واسطه درونی‌سازی آرمان‌های اجتماعی بر نارضایتی از ظاهر بدنی زنان اثر غیرمستقیم معنادار دارد. بین بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی (اهمیت و فشار) و نارضایتی از ظاهر بدنی رابطه معنی‌دار در حدود ۳۶ درصد وجود دارد که به‌صورت معکوس بر متغیر وابسته پژوهش اثر می‌گذارد. میزان این اثر به‌شکل مستقیم ۲۶ درصد بود که این نشان می‌دهد اهمیت و فشار رسانه‌ها در این پژوهش توانسته ۲۶ درصد از نارضایتی از ظاهر بدنی را به‌شکل مستقیم و ۱۰ درصد از نارضایتی از ظاهر بدنی را به‌شکل غیرمستقیم تبیین کند. تأثیر غیر مستقیم متغیر بازخوردهای اجتماعی- فرهنگی را می‌توان اینطور تبیین کرد که هرچقدر افراد زمان بیشتری از وقت خود را به استفاده از رسانه اختصاص دهند، آرمان‌های فرهنگی مربوط به اهمیت زیبایی ظاهر و تناسب اندام و آرمان‌های لاغری برای کسب تأیید اجتماعی را بیشتر درونی‌سازی می‌کنند و در نتیجه تصور افراد نسبت به ظاهرشان تغییر می‌کند و سطح نارضایتی از ظاهر بدنی بالا می‌رود (تامسون و همکاران، ۱۹۹۹). این پژوهش نشان داد که در جامعه ایرانی نیز متغیرهای اجتماعی - فرهنگی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر نارضایتی بدنی محسوب می‌شود. از این رو لازم است در برنامه‌های آموزشی، مشاوره‌ای و درمانی برای مقابله با نارضایتی بدنی و پیامدهای آن به برنامه‌هایی جهت ارتقا سطح سلامت روانی افراد توجه ویژه مبذول شود. شناخت متغیرهای روانی و اجتماعی بر نارضایتی از ظاهر بدنی در پرتو یافته‌های این پژوهش می‌تواند باعث گسترش و غنای بیشتر نظریه‌های موجود در زمینه روابط بدن - خود شود. محدودیت‌های مربوط به جامعه آماری پژوهش (زنان) و نوع پژوهش (همبستگی)، محدودیت‌هایی را در زمینه تعمیم یافته‌ها، تفسیرها و اسنادهای علت‌شناختی متغیرهای مورد بررسی مطرح می‌کنند که باید در نظر گرفته شوند.

منابع

- بشارت، محمدعلی؛ قاسمی، زهرا؛ پورحسین، رضا و صرامی، غلامرضا. (۱۳۹۰). تبیین ناراضایتی بدنی برحسب متغیرهای روانی و اجتماعی. *مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی*، ۴۱ (۲)، ۳-۲۰.
- پورشریفی، حمید و مبعث زمانی، مریم. (۱۳۹۲). رابطه عزت نفس و درونی‌سازی ایده‌آل لاغری با ناراضایتی از تصویر بدنی. *فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی*، ۸ (۳۱)، ۱۳-۱.
- حیدری چروده، مجید و کرمانی، مهدی. (۱۳۸۹). رابطه باورهای زیبا شناختی با تصویر ذهنی از بدن و نحوه مدیریت ظاهر در جوانان: مورد مطالعه جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله ساکن شهر مشهد. *فصلنامه مطالعات اجتماعی ایران*، ۴ (۱۲)، ۱۳-۱.
- دهقانی، فهیمه؛ عطارنیا، محبوبه و علوی لنگرودی، سید کاظم. (۱۳۹۶). پیش‌بینی ناراضایتی از تصویر بدن بر پایه هوش معنوی و الگوهای فرهنگی - اجتماعی در زنان مراجعه کننده به باشگاه‌های ورزشی شهر یزد. *مجله آموزش و سلامت جامعه*، ۴ (۴)، ۵۵-۴۹.
- صادقی، نگار؛ ایزانلو، بلال؛ فلاحتی، حوا و افتخاری، محمد رضا. (۱۳۹۷). تأثیر فشارهای فرهنگی - اجتماعی در شکل‌دهی به ناراضایتی بدنی بین دختران نوجوان: بررسی نقش واسطه‌ای مقایسه و درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری. ۹ (۴)، ۲۶۰-۲۴۸.
- عباس‌زاده، محمد؛ علیزاده اقدم، محمد باقر؛ پورمحمد، رعنا و محمدپور، نیر. (۱۳۹۳). مطالعه جامعه شناختی تأثیر ارزش‌های غربی و رسانه‌های جمعی بر تصویر بدنی مورد مطالعه: زنان بالاتر از ۱۵ سال شهر تبریز. *فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۵ (۱)، ۱۰۰-۸۵.
- کاظمی کیله‌گلان، فریبا؛ پارسافر، سحر؛ افشاری، مریم و براتی، مجید. (۱۳۹۶). نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد جراحی‌های زیبایی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی همدان: یک مطالعه مقطعی. *فصلنامه پوست و زیبایی*، ۸ (۴)، ۱۹۴-۱۸۵.
- کنعانی، محمد امین و رزاقی، فاطمه. (۱۳۹۶). رسانه، درونی‌سازی هنجارها و تصور از بدن. *پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، ۶ (۱۰)، ۲۷-۱.
- محمدپناه اردکان، عذرا؛ باباپورخیرالدین، جلیل و یوسفی، رحیم. (۱۳۹۳). تعیین روایی نسخه فارسی پرسش‌نامه بازخوردهای اجتماعی - فرهنگی در مورد ظاهر بدن با استفاده از تحلیل عاملی. *فصلنامه پوست و زیبایی*، ۵ (۱)، ۳۲-۲۲.

- هومن، حیدر علی. (۱۳۸۴). مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل. تهران، انتشارات سمت.
- Brown, T. A. , Cash, T. F. , & Mikulka, P. J. (1990). Attitudinal body image assessment: factor analysis of the body-self relations questionnaire. *Journal of personality Assessment*, 55(1), 135-144.
 - Cash, T. F. (1997). *The body image work book (An 8-step program for learning to like your look)*. Oakland: New Harbinger publication.
 - Cash, T. F. (1990). *The psychology of physical appearance aesthetics, attributes, and images*. In Cash, T. F. , pruzinsky, T. (Eds). *Body Images: Development, Deviance and Change*, 51- 79. New York: Guilford Press.
 - Cash, T. F. (2002). Cognitive-behavioral perspectives on body image, In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Eds). *Body Image: A Handbook of Theory, Research and Clinical Practice*, 38-46. New York: Guilford Press.
 - Fardouly, J. , Pinkus, R. T. , Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media and in person in women's everyday lives. *International Journal of Eating Disorders*, 50, 893-905.
 - Fitzsimmons-Craft, E. , Barden-Cone, A. M. , Crosby, R. D. , Engel, S. G. , Wonderlich, S. A. & Bulik, C. M. (2016). Mediators of the relationship between thin-ideal internalization and body dissatisfaction in the natural environment. *Body image*, 18, 113-122.
 - Goldberg, D. P. (1972). The detection of psychiatric illness by questionnaire. *Maudsley Monograph*, 21. Oxford: Oxford University Press.
 - Grabe, S. , Ward, L. M. & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychol Bull*, 134(3):460.
 - Grogan, S. (2017). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (3rd den.)Oxon: Rout ledge.
 - Homan, K. (2010). Athletic-ideal and thin-ideal internalization as prospective predictors of body dissatisfaction, dieting, and compulsive exercise. *Journal of body image*, 7(3), 240-245.
 - Karazsia, B. T. , Mumem, S. K. , & Tylka, T. L. (2017). Is body dissatisfaction changing across time? A cross-temporal meta-analysis. *Psychology bulletin*. 143(3), 293-320.
 - Krawczyk, R. , & Thompson, J. K. (2015). The effect of advertisements sexually objectify women on state body dissatisfaction and judgments women: The moderating role of gender and internalization. *Body image*, 15, 109-115.
 - Mulgrew, K. E. , Stalley, N. L. , & Tiggmann, M. (2017). Positive appearance and functionality reflection can improve body satisfaction but do not protect against idealized media exposure. *Body image*, 23, 126-134.

- Myers, T. A. , & Crowther, L. H. (2007). Sociocultural pressures, thin-ideal internalization, self-objectification, and body dissatisfaction: Could Gemini's Beliefs be a Moderating Factor? *Body Image*, 4, 296-308.
- Nouri, M. , Hill, L. G. , & Orrell-Valente, J. K. (2011). Media exposure, internalization of the thin ideal, and body dissatisfaction: comparing Asian American and European American college females. *Body Image*, 8(4), 366-372.
- Ogle, J. P. , & Damhorst, M. L. (2005). Critical reflections on the body and related sociocultural discourses at the midlife transition: an interpretive study of women's experiences. *Journal of Adult Deviation*, 12, 1-18.
- Quittkat, H. L. , Hartmann, A. S. , Dusing, R. , Buhlmann, U. , & Vocks, S. (2019). Body dissatisfaction, importance Of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Psychiatry*, 10, 864.
- Reas, D. L. (2002). *Relationship between weight loss and body image in obese individual seeking weight loss treatment*. A dissertation of doctor of philosophy. Louisiana State University.
- Richetin, J. , Xaiz, A. , Maravita, A. , & Perugini, M. (2012). Self-body recognition depends on implicit and explicit self-esteem. *Body Image*, 9(2), 60-253.
- Sarwer, D. B. (2019). Cosmetic surgery and minimally invasive treatments. *Journal of Body image*, 101(5), 7-15.
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A Meta- analytic review. *Psychological Bulletin*, 128, 825-848.
- Thompson, J. K. (1990). *Body Image disturbance, assessment and treatment*, University of South Florida-Pergamum Press, 140 p.
- Thompson, J. K. , & Heinberg, L. J. , Altabe, M. N. , & Tantleff-Dann, S. (1999). *Exacting beauty: theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC, US: American psychological association.
- Thompson, J. K. , & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk Factors for Body- Image disturbance and eating pathology, *Current directions in Psychological Science*, 10, 181-183.
- Thompson, J. K. , Van den BergG. P. A. , Keery, H. , Williams, R. , Shroff, H. M. , Haselhuhn, G. I. , & Boroughs, M. (2000). A revision and extension of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire. *Presented at the conference of the Academy of Eating Disorders, NY, NY*. 9, 450-631.
- Tiggeman, M. , & Slater, A. (2004). Thin ideals in music television: a source of social comparison and body dissatisfaction. *Journal of Eat Disorder*, 35(1), 48-58.
- Vartanian, L. R. , Froreich, F. V. , & Smyth, J. M. (2016). A serial mediation model testing early adversity, self-concept clarity, and thin-

ideal internalization as predictors of body dissatisfaction. *Body Image*, 23, 196-211.

- Vartanian, L. R. , & Hopkinson, M. M. (2010). Social connectedness, conformity and internalization of societal standards of attractiveness, *Body Image*, 6, 308-310.

