Journal of Research in Psychological Health

September 2017, Volume 11, issue 3

Identification process related to development of body image in female adolescents' users of cyberspace in Iran: A qualitative study

Mastane Moradhaseli [*1,] Morteza Manteghi [2]

1. (Corresponding author). PhD student in Psychology, Kharazmi University. Tehran, Iran.

2. Department of Psychology, Kharazmi University. Tehran, Iran.

Please cite to: Moradhaseli M, Manteghi M. Identification process related to development of body image in female adolescent's users of cyberspace in Iran: A qualitative study. *Journal of Research in Psychological Health*, 2017; 11(3):62-85 [Persian].

Highlights

- Cyberspace affects on the student's body image.
- Axial codes include nine categories that include the effects of individuals, the erosion of religious beliefs, lack of awareness, the effects of extreme methods in beauty (cosmetic surgery), the effect of advertising, the effect of cultural difference, the pervasiveness of cyberspace, psychological factors and value transformation.
- Expansion of relationships, exposed to comparability and easy access to ideal sources of beauty affects on body image.

Abstract

Body image is one of the primary elements constructing each person's personality, which relies on the perception and feelings everyone has about their body. One of the influential factors affecting the development of body image is cyberspace. This study is aimed to investigate the influential factors on students' body image as cyberspace users. The present research has applied a qualitative research approach ,and has also examined the theoretical foundations .The research instrument was a semi-structured interview, through which 19 students aged from 8 to 13 were chosen as the sampling group via a three- staged codification process: open, central and selective process. Open codes included 49 concepts, and central codes were comprised of 9 categories as: the potentiality of being influenced by people, waning religious beliefs, lack of knowledge, the impact of extreme beautification (plastic surgery), the influence of publicity, cultural differences' impact, the widespread usage of cyberspace, psychological factors and evolution of values. In the contemporary period, cyberspace has changed cultural norms about gender and body definition. If people follow the devised norms by cyberspace about body image, the developmental process of body image becomes more distorted.

Keywords: qualitative research, body image, cyberspace, value transformation

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]

[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

شناسایی فرایندهای مرتبط با تحول تصویربدنی در نوجوانان دختر کاربر فضای مجازی در ایران: یک مطالعهٔ کیفی

مستانه مرادحاصلی[۱]، مرتضی منطقی[۲]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۸/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۱۳

یافته‌های اصلی

- فضای مجازی روی تصویربدنی دانش‌آموزان اثر دارد
- اثرپذیری از افراد، کمرنگ شدن عقاید مذهبی، عدم آگاهی، اثر روش‌های افراطی در زیبایی (عمل جراحی زیبایی)، اثر تبلیغات، اثر تفاوت فرهنگی، فراگیر شدن فضای مجازی، عوامل روان‌شناختی و تحول ارزشی به عنوان مضامین اصلی شناسایی شد.
- گسترش روابط، در معرض مقایسه بودن و دسترسی آسان به منابع ایدئال زیبایی، از شرایط علّی اثرگذار بر تصویر بدنی است

چکیده

تصویر بدن یکی از عناصر اصلی سازندهٔ شخصیت هر فرد است و به ادراک و احساسی که فرد از بدن خود دارد، مربوط می‌شود. یکی از عواملی که به نظر می‌رسد روی تحول تصویر بدنی اثرگذار است، فضای مجازی است. هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر تصویر بدنی دانش‌آموزان کاربر فضای مجازی است. پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و به روش نظریهٔ زمینه‌ای انجام شده است. ابزار پژوهش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود که در سه مرحلهٔ کدگذاری باز، محوری و گزینشی تا رسیدن به اشباع نظری در ۱۶ دانش‌آموز ۸ تا ۱۳ ساله که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند، ادامه یافت. کدهای باز شامل ۴۹ مفهوم و کدهای محوری شامل ۹ مقوله است که شامل اثرپذیری از افراد، کمرنگ شدن عقاید مذهبی، نبود آگاهی، اثر روش‌های افراطی در زیبایی (عمل جراحی زیبایی)، اثر تبلیغات، اثر تفاوت فرهنگی، فراگیر شدن فضای مجازی، عوامل روان‌شناختی و تحول ارزشی است که به عنوان کد محوری این پژوهش، شناسایی شدند. فضای مجازی در دوران معاصر هنجارهای فرهنگی را دربارهٔ تعریف از جنسیت و بدن تغییر داده است. همرنگ شدن با هنجارهای ساخته شده در فضای مجازی در زمینهٔ تصویر بدنی، تحول طبیعی تصویر بدنی را مختل می‌کند.

واژگان کلیدی: پژوهش کیفی، تصویر بدنی، فضای مجازی

[۱]. (نویسندهٔ مسئول). دانشجوی دکتری روان‌شناسی، دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. mastane.moradhaseli@gmail.com

[۲]. استاد گروه روان‌شناسی، دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]

[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

مقدمه

تصویر بدنی اصطلاحی است که برای اولین بار در قرن بیستم از سوی عصب شناس‌ها مطرح شد. نورولوژیست‌ها برای اولین‌بار به توصیف اختلالات ادراک از بدن به آن پرداختند. آن‌ها زمانی به این مسئله توجه کردند که شاهد بیماران آسیب دیدهٔ مغزی‌ای بودند که قادر به شناخت یک قسمت یا کل بدن خود نبودند (۱). به عقیدهٔ اسمیت، هر شخص یک تصویر ذهنی از بدن خودش دارد که اصلی ترین عنصر سازندهٔ شخصیت اوست. در واقع رفتار و احساس انسان، دقیقاً مطابق با تصویری است که در نتیجهٔ آن می‌شنود، می‌بیند و حس می‌کند و در ذهنش به وجود می‌آید. در حقیقت تصویر بدن، احساس فرد از بدن و یک تجسم ذهنی از ظاهر فیزیکی خود است (۲). آگاهی از بدن و قابلیت‌های آن از سه جنبه مطرح می‌شود. اولین سطح آن، آگاهی از کل بدن است که شامل احساس ذهنی هر فرد از ظاهر خودش می‌شود. مانند چین‌وچروک پوست، ریزش مو، برآمدگی شکم یا تناسب لباس با بدن. دومین سطح، آگاهی درونی از بدن و اعمال آن است؛ یعنی آگاهی از احساسات نسبت به علائم بیماری قلبی-عروقی، معده و فشار خون. سومین سطح آگاهی مربوط به قابلیت‌های بدنی است که شامل ارزشیابی ذهنی از توانایی بدنی جهت رسیدن به اهداف بدنی است که فرد برای خود در نظر گرفته است (۳). ظاهر فیزیکی، قسمت اصلی از تصویر بدنی است(۴). تامپسون اشاره می‌کند که سازهٔظاهر فیزیکی ،دربرگیرندهٔسه مؤلفهٔ ادراکی، ذهنی و رفتاری است(۵). در واقع تصویر بدنی دو جنبهٔ مجزا دارد ادراکی و نگرشی. جنبهٔ ادراکی، اشاره دارد به این که فرد چقدر فرض می‌کند که شایستگی او با ظاهرش سنجیده می‌شود و جنبهٔ نگرشی، به دو عنصر مجزا اشاره دارد: جهت گیری و ارزیابی. جهت گیری، به درجهٔ اهمیتی که فرد به ظاهرش می‌دهد، برمی‌گردد. ارزیابی هم اشاره دارد به این موضوع که فرد چقدر از بدن و ظاهر خود، راضی است(۱).

هر سه بعد بالا با ابعاد فرهنگی قابل تبیین است. ثابت نبودن تصویر بدنی با ایدئال‌های جامعه، ارتباط مستقیم دارد (۶،۷). ایدئال‌های جامعه در طول زمان، بنابر مناسبات زمانی و فرهنگی تغییر می‌کند و این مسئله بر انتخاب ایدئال توسط افرادی که نارضایتی بدنی دارند، اثر مستقیم دارد. ازلحاظ ذهنی و پردازش اطلاعات نیز تفاوت‌های فرهنگی بین افراد وجود دارد. در یک مطالعهٔ بین‌فرهنگی که به‌منظور بررسی فرآیند پردازش اطلاعات در بین افراد با نارضایتی تصویر بدنی انجام شد، دو نمونه با دو فرهنگ مختلف چینی و آمریکایی انتخاب شدند و برای آن‌ها کلماتی مربوط به اضافه‌وزن و لاغری نمایش داده شد. کسانی که نارضایتی بالایی از تصویر بدنی داشتند، کلمات را منفی‌تر ارزیابی کردند و همچنین آن‌ها را بیشتر به‌خاطر سپردند. نکتهٔ قابل‌توجه اینکه نمونهٔ آمریکایی نسبت‌به نمونهٔ چینی، تفاوت معناداری در ارزیابی و حفظ کلمات داشت (۸)؛ بنابراین نمی‌توان بدون درنظرگرفتن ابعاد فرهنگی فرد، نارضایتی از بدن را تبیین و برای تشخیص و ارزیابی آن چاره‌اندیشی کرد.

اگرچه تاکنون مطالعات دربارهٔ تصویر بدن، بیشتر بر نارضایتی از آن متمرکز بوده است، ولی تحقیقاتی هم در مورد تصویر بدنی مثبت انجام شده است. تصویر مثبت بدن اشاره به پذیرش و رضایت از ویژگی‌های ظاهری بدن دارد. می‌توان گفت کسانی که تصویر بدنی مثبت دارند، درواقع اطلاعات منفی راجع‌به بدن را فیلتر می‌کنند (۹). درحالی‌که پذیرش و تکریم بدن، اجزای اصلی رضایت از تصویر بدنی هستند، خودمختاری و استقلال از نظرات در فرهنگ‌های غیرغربی برخلاف فرهنگ‌های غربی از اجزای رضایت از تصویر بدن نیستند (۱۰). این موضوع به این معنی است که باوجودی‌که رضایت از بدن، تکریم بدن را درپی می‌آورد، اما بدن ایدئال در فرهنگ‌های غیرغربی مستقل ازنظر جامعه نیست. اگر در این فرهنگ‌ها افراد بتوانند مطابق ایدئال جامعه باشند، به تکریم بدن می‌رسند؛ اما در فرهنگ‌های غربی کسانی که رضایت از بدن دارند، مستقل از ایدئال‌های جامعه به‌صورت خودمختار، ابعاد بدن ایدئال را تعیین می‌کنند؛ بنابراین بررسی عمیق سازهٔ تصویر بدنی درون لایه‌های اجتماعی و فرهنگی افراد، منطقی و ضروری به‌نظر می‌رسد.

امروزه برای گروه سنی کودک، به‌جز مدرسه و همسالان، فضای مجازی نیز پل ارتباطی بین آن‌ها و اعضای جامعه شده است. اکنون تحولی گسترده در عرصهٔ ارتباطات و اطلاع‌رسانی در حال وقوع است که چشم‌انداز کاملاً متفاوتی از مفهوم و عملکرد تأثیر رسانه، دربرابر پژوهشگران قرار داده است. این

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

تحول که بسیاری آن را تحول انقلابی در عرصهٔ ارتباطات و شروع عرصهٔ جدیدی در زندگی جوامع امروزی می‌خوانند، ظهور و توسعه حیرت‌آور رسانه‌های نوین در جهان امروز است که در طول زمانی کوتاه در سراسر جهان گسترش یافته و مهم‌ترین شکل و آشکارترین محصول آن اینترنت و فضای مجازی است (۱۱). فضای مجازی به فضایی اطلاق می‌شود که بدون درنظرگرفتن بعد زمان و مکان، تعامل‌های اجتماعی میان فرهنگ‌های گوناگون را از طریق فناوری‌های نوین امکان‌پذیر می‌سازد و به تعبیر دیگر، استعاره‌ای برای فعالیت رایانه‌ها، شبکه‌های کابلی و سیر فناوری‌های الکترونیکی ارتباطی است (۱۲). فناوری‌های ارتباط راه دور، اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند. آمار گرفته‌شده از سایت آمار جهانی اینترنت نشان داده که تا سال ۲۰۱۲ میلادی، ایران با جمعیت حدود ۷۹ میلیون نفر ۴۲ میلیون کاربر اینترنت داشته است؛ به‌عبارت‌دیگر ۵۳/۳ درصد جمعیت ایران به اینترنت (حتی کم‌سرعت) دسترسی دارند. این در حالی است که در سال ۲۰۰۰ فقط ۲۵۰ هزار ایرانی به اینترنت دسترسی داشتند؛ بنابراین با توجه به‌سرعت تحولات پیرامون فضای مجازی، می‌توان پیش‌بینی کرد که اینترنت به‌تدریج جایگزین روابط واقعی انسان‌ها در زندگی روزمره شود (۱۴،۱۳).با توجه به مطالب گفته‌شده و اهمیت تصویر بدنی در سلامت روان افراد که از دوران کودکی آغاز می‌شود، این تحقیق با هدف بررسی تصویر بدنی در دانش‌آموزان کاربر فضای مجازی در ایران صورت گرفت. سؤال تحقیق این بود که چه عواملی در شکل‌گیری تصویر بدنی جامعهٔ دانش‌آموزان دختر ایرانی مؤثرند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و به روش نظریهٔ زمینه‌ای انجام شده است. چارچوب مفهومی نظریهٔ زمینه‌ای بیشتر به داده‌ها و برساخت‌های کنشگران وابسته است تا به مطالعات پیشین. به این معنا که این نظریه داده محور بوده و از آزمون صرف فرضیه‌های قیاسی اجتناب می‌کند. در این راستا، محقق تلاش می‌کند فرآیندهای مسلط را در بستر اجتماعی از نگاه سوژه‌ها کشف کرده و تحقیق خود را به توضیح محض داده‌ها و واحدهای مورد بررسی محدود نسازد (۱۵). با توجه به این شیوه، از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند و ابزار مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته برای به‌دست‌آوردن داده‌ها استفاده شد. برای این منظور جمعیت تحقیق از دانش‌آموزان با دامنهٔ سنی ۸ تا ۱۳ سال به‌صورت نمونه‌گیری هدفمند و دردسترس، انتخاب شدند. لازم به یادآوری است که پایگاه اقتصادی‌اجتماعی این دانش‌آموزان، متوسطِ رو به بالا و اعتقادات خانوادگی آنان دینیِ موروثی بود.

جهت تأیید اعتبار کدها، یافته‌های پژوهش پس از تهیهٔ کدهای اولیه، مجدداً توسط متخصص دیگری کدبندی شد و موارد مشترک به‌عنوان کدهای نهایی پژوهش انتخاب شدند. در پژوهش‌های کیفی وجود ۱۲ الی ۲۰ مصاحبه‌شونده کافی است. داده‌های این پژوهش با ۱۶ مصاحبه‌شونده به اشباع رسید. روند کار به این صورت بود که قبل از مصاحبه تصویر یک آدمک، با تقسیم‌بندی مو، چشم، بینی، لب، ابرو، سینه، شکم، ران پا، ساق پا، باسن، کمر و رنگ پوست، به دانش‌آموزان مورد نظر داده می‌شد که باید اجزای بدن آدمک را به ترتیب اهمیتی که فرد فکر می‌کردند در زیبایی تأثیر دارد، شماره‌گذاری می‌کردند. هر مصاحبه حدود ۶۰ دقیقه طول کشید. کار جمع‌آوری داده‌ها تا اشباع نظری ادامه داشت. جهت رعایت اصول اخلاقی در پژوهش حاضر، هیچ‌گونه نامی از دانش‌آموزان و خانوادهٔ آنان ذکر نشده است درنهایت کار کدگذاری داده‌ها در سه مرحلهٔ کدگذاری باز و محوری و گزینشی، تا رسیدن به اشباع انجام شد.

یافته‌های پژوهش

بعد از انجام تجزیه‌وتحلیل داده‌ها و انجام کدگذاری، یافته‌ها در ۴۹ مفهوم کدگذاری شد. کدهای به‌دست‌آمدهٔ اولیه، در جدول ۱ آمده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

جدول ۱. کدگذاری باز استخراج شده از داده‌ها

محتوا	کد اولیه باز
آخه الآن هیچ‌کدوم از دوستام زیرسارافونی نمی‌پوشن؛ ولی مامانم می‌گه گناه داره دستات معلوم بشه. وقتی من می‌پوشم، همه‌شون مسخره‌ام می‌کنن. منم دلم نمی‌خواد بپوشم.	- اثر همسالان
دلم می‌خواد شکل بازیگرا و خواننده‌ها باشم. همه دوست دارن خب.	- اثر بازیگران و خواننده‌ها
من هنوز به سن تکلیف نرسیدم. هر وقت به سن تکلیف برسم، سینه‌هام بزرگ می‌شه. دخترا به سن تکلیف برسن اندامشون خوشگل‌تر می‌شه.	- تقلیل مسائل مذهبی به مسائل زیستی
- خب چرا باید عمل زیبایی ضرر داشته باشه؟ آدم خوشگل می‌شه دیگه.	- جراحی زیبایی
- من دوست دارم مثل خارجی‌ها خوشگل باشم. - خارج منظورت کجاست؟ - آمریکا دیگه.	- تسلط آمریکا در مفهوم زیبایی در ذهن کودکان
تو واقعاً اینترنت بلد نیستی؟ الان همه باید بلد باشن.	- اجباری به‌نظرآمدن استفاده از فضای مجازی
خب اگه خوشگل نباشیم، پسرا هم ما رو دوست ندارن، می‌رن سراغ کس دیگه.	- تلاش برای تأییدگرفتن از جنس مخالف
عکسای ترکیه‌مون خیلی خوشگل شده بود، بی مانتو و روسری با شلوارک و دامن کوتاه هرجا خواستیم عکس انداختیم. مثل دختر خارجیا شده بودم.	- حسرت فرهنگ بدون حجاب
همه دوست دارن خوشگل باشن. معلممونم به دخترایی که خوشگلن، بیشتر نمره می‌دن. خودم دیدم.	- سوءاستفاده از شرایط موجود
روم نمی‌شه جایی برم یا با کسی حرف بزنم. دوست دارم لاغر بشم.	- کاهش اعتمادبه‌نفس
منم دوست دارم فتوشاپ یاد بگیرم تا بتونم صورتم رو روشن‌تر کنم. خودم خیلی سیاهم، دوست ندارم این‌طوری.	- استفاده از ابزارها برای ایجاد هویت ساختگی
هرکی دوست‌پسر داره، باید عکس بفرسته دیگه؛ پس موقع چت چی می‌گن؟	- عادی شدن فرستادن عکس از بدن
- چون همه سینهٔ بزرگ دوست دارن، منم دوست دارم، قشنگه. - اگه کوچیک دوست داشتن تو هم کوچیک دوست داشتی؟ - آره دیگه، مد می‌شه.	- همرنگ شدن با دیگران در تعریف زیبایی
بعضی وقتا لباسای مامانم رو یواشکی برمی‌دارم که خوشگل بشم.	- پنهان‌کاری
- از داداشت هم نظر می‌خوای؟ - نه اون که خونه‌ست، تو تلگرام نیست.	- تقلیل اهمیت نظرات به فضای مجازی
الآن دیگه همه عمل می‌کنن، دختر خاله‌هام، مامانم، معلما، مربی‌مون، منم می‌خوام بزرگ شدم بکنم.	- همه‌گیرشدن عمل‌های جراحی زیبایی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

خانم ورزشمون دماغشو عمل کرده بود، عکسای قبلش رو نشونمون داد، خیلی بد بود قبل عمل. همه گفتیم خوب کردی عمل کردی.	- اثر آموزش‌های غیررسمی معلمان
- فکر می‌کنی همه باید لاغر باشن؟ دیگه کی این نظر رو داره؟ - خواهرم، داداشم، همهٔ اونا هم می‌خوان لاغر بشن. داداشم هم می‌خواد زن لاغر بگیره.	- اثر خواهران و برادران
- به‌جز عکس، دیگه چی توی نت سرچ می‌کنی؟ - جواب بعضی از درس‌هام، بلیت کنسرت، مدل لباس و مو، از این عکسای قبل از عمل، بعد از عمل.	- رجوع به اینترنت برای کسب اطلاعات لازم
- عید می‌خوایم بریم دوبی، زنای اونجام خیلی خوشگلن. مامانم می‌گه باید لاغر بشه. - از کجا می‌دونی خوشگلن؟ - خوب عکساشون هست دیگه.	- ناآگاهی از تفاوت بین تبلیغات و واقعیت
- من اصلاً نمی‌خوام بچه‌دار بشم، آدم بعداً هیکلش بد می‌شه. - مگه نگفتی بعد از زایمان عمل می‌شه کرد؟ - خارجیا رو گفتم، ایرانی‌ها که هیچ‌جوری خوب نمی‌شن.	- بدبینی دربارهٔ ایرانیان
- مامانم خیلی رو چاقی ما حساسه. یه روز سوپ گذاشته بود واسه من، خودشون قرمه سبزی خورن. من گفتم من سوپ نمی‌خورم، چرا خودتون قورمه سبزی می‌خورید؟ مامانم گفت من که شوهرم رو دارم، تو باید لاغر بشی تا شوهر گیرت بیاد.	- لاغرشدن برای ازدواج
- چرا می‌گی حتماً باید با پسرها دوست بشیم؟ - خوب نشیم، چطور باید ازدواج کنیم؟ حتماً باید یکی باشه دیگه.	- اجبار در دوستی با جنس مخالف
- چرا می‌گی عمل زیبایی دوست ندارم ولی مجبورم عمل کنم؟ - خوب ایرانیا زشتن دیگه! باید آرایش کنن، عمل کنن تا خوب بشن.	- تصور زیبا نبودن ایرانیان
تو اینستا فالو کردم اونایی که دوست دارم. خارجی‌ها بعضی‌هاشون مامانن، ولی مثل دخترای جوون میرن اسکی، میرن دیسکو، میرن کنار دریا خوش می‌گذرونن کلی، مامانای ایران ولی همه‌ش میرن سر کار و میان خونه. شام می‌پزن، هی می‌گن مشق بنویس.	- ترجیح فرهنگ غرب به فرهنگ ایران
تا حالا هیچکی باهام دوست نشده به خاطر چاقیم، ولی دوستای لاغرم همه‌شون دوست‌پسر دارن. منم می‌خوام لاغر بشم. مامانمم همین رو می‌گه.	- اثر جنس مخالف
- ایرانیا عکسای قبل از عملشون رو پاک می‌کنن، ولی خارجیا نه. بابام می‌گه ایرانیا خیلی دروغگو هستن، قیافشونم مثل بقیه چیزا دروغ شده.	- ذهنیت منفی نسبت‌به ایرانیان پ
- همیشه وقتی بخوام چیزی بخرم، می‌رم تو اینترنت با مامانم ببینیم مغازه‌های معروف و مارک‌های معروف چی آوردن. تو سایت مدلای مختلف هم می‌ریم، هرچی اونا بپوشن، واسه مردمم مد می‌شه.	- پیگیری زیبایی از سایت‌های تبلیغ زیبایی
- گفتی آمریکایی‌ها خیلی خوشگلن. از کجا دیدیشون؟ تا حالا رفتی مگه؟ - نه، خوب تو فیلماشون، عکساشون هستن دیگه، واقعاً خیلی از من خوشگل‌تر. همهٔ فیلم‌های خارجی آمریکاست دیگه.	- اثر تبلیغات غرب در زیبا بودن افراد غربی
من هنوز به سن بلوغ نرسیدم که ببینم دماغم چه شکلیه. هنوز بچه‌ام؛ ولی اگه بزرگ بشم دماغم زشت بشه، عملش می‌کنم.	- آمادگی ذهنی برای عمل جراحی زیبایی در آینده
- اگه عکسامو بذارم اینستاگرام، همه می‌بینن، دوست ندارم غریبه‌ها ببینن. - خوب چرا قفلش نمی‌کنی؟ - قفل؟ مگه می‌شه قفلش کرد؟	- بی‌اطلاعی از استفادهٔ صحیح از فضای مجازی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

من هیچ‌وقت تـو چتـام عکـس خـودم رو نمی‌فرسـتم، عکسـای خوشـگل‌تر از خـودم رو می‌فرستم.	- استفاده از تصویر جعلی برای کسب تأیید
- منظورت اینه که هرکی به سن تکلیف می‌رسه، باید عکس با روسری بگذاره؟ - آره خوب، ولی حالا نه روسری کامل. - یعنی چی؟ - یعنی اگه یه ذره از موهاش معلوم بشه، عیب نداره؟ - یه ذره یعنی چقدر؟ - یعنی مثلاً خیلی موها معلوم باشه، الان همه جلوی موهاشون معلومه دیگه.	- چشم پوشی از مسائل مذهبی برای زیباتر جلوه کردن
من دوست دارم گونه‌ها و لپ‌هام مثل بازیگرا و خواننده‌ها بشه.	- اثر بازیگران و خواننده‌ها
- زشت بود که دماغش رو عمل کرد؟ - نمی‌دونم، ندیدم عکس قبل از عملش رو، ولی حتماً که نباید زشت باشه تا عمل کنه. - پس چرا عمل می‌کنن؟ - خوب همین‌طوری، واسه اینکه جدید بشه، عروسکی بشه مثلاً.	- عادی جلوه‌دادن عمل‌های جراحی زیبایی
خب، من خیلی درسم خوبه، همه نمره‌هام خیلی خوب شـده پارسـال؛ ولـی چـه فایـده؟ چاقم، همه‌ش باید خونه باشم.	- سایه انداختن جذابیت بدنی بر سایر ویژگی‌های مثبت فرد
وقتی همه دخترا آرایش می‌کنن، خوشگل می‌شن. من نکنم زشـت می‌شـم دیگـه، همـه می‌گن چقد زشته.	- همرنگ شدن با جمع، در جهت کسب زیبایی
شام مامانم نمی‌ذاره بخورم، عصرش برام سالاد درست می‌کنه یا مثلاً مرغ کباب می‌کنه، از این چیزا. شکلاتم نمی‌ذاره بخورم. مامانم می‌گه تو هیکلت مثل منه، از الان رعایت نکنی، چاق می‌شی.	- اثر والدین
- من فکر کردم چون به سن تکلیف رسیدی جوراب‌شلواری می‌پوشی. - نه، چون پاهام چاقه می‌پوشم. - اگه لاغر بود نمی‌پوشیدی؟ - خوب نه.	_ بی اهمیت بودن نسبت به عقاید مذهبی
- منظورت از خارج کجاست؟ - آمریکا مثلاً. - دیگه کجا؟ - نمی‌دونم، همینا دیگه، بیشتر مدلایی که می‌گم، همین آمریکایی هستن.	- ناآگاهی و نداشتن اطلاع کافی دربارهٔ غرب
دخترخاله‌م اولش زشت بود، ولی عمل کرد فکّش رو، خیلی خوب شد.	- اثر عمل‌های جراحی زیبایی
آخه الان همه میرن باشگاه شکمشون رو آب کنن، خیلی زشته شکم گنده، هیچ مدلی شکم نداره، همه سیکس‌پک دوست دارن.	- اثر مدگرایی
ایرانی‌ها خیلی بی‌فرهنگن، هیچی بلد نیستن، فقط دوست دارن بخورن و بخوابن.	- بدبینی نسبت‌به مردم ایران
- بزرگ بشی اجازه می‌دی دخترت آرایش کنه؟ - آره، حتماً، اونم باید خوشگل بشه که پسرا دوسش داشته باشن. - موبایلم براش می‌خری؟ - حتماً می‌ذارم با همه هم دوست بشه، مگه چیه، الان همه این‌طورین.	- عادی‌شدن فرهنگ فضای جهانی‌شده

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

من یه جوری وا می‌ایستم تو عکسام که زشتیام معلوم نشه. بعضی از عکسامم با گوشی بابام درست می‌کنم.	- استفاده از فریب برای گرفتن تأیید
- آرایش دوست دارم، ولی مامانم اجازه نمی‌ده. - اگه بده می‌کنی؟ - آره! همه می‌کنن. - چون همه می‌کنن دوست داری؟ - خوب آخه خوشگل می‌شه آدم، باکلاس می‌شه. - پس اگه مامانت اجازه بده، آرایش هم می‌کنی؟ - آره حتماً.	- پذیرفتن آرایش
خانممون می‌گه از اینترنت می‌شه جواب بعضی سؤال‌های درسی رو درآورد، فقط مال بازی نیست؛ ولی این طوری می‌گه که ما نریم تو سایت مدل‌ها و بازیگرا.	- بی‌اعتمادی به توصیه‌های اولیای آموزشی
- همهٔ این چیزایی که گفتی رو از سایت‌ها دیدی؟ - آره تو سایت‌ها هرچیزی رو که تو گوگل سرچ کنی میاره، از هر عمل زیبایی که بخوای و عکسای قبل و بعدش.	- تبلیغات عمل جراحی زیبایی
- از کجا می‌دونی زنای خارجی خوشگلن؟ - خوب عکساشون هست دیگه، تا حالا مدل ایرانی داشتیم مگه؟ هرکی هم هست، چاقه. خارجیا اصلاً زن چاق ندارن.	- ناآگاهی از تفاوت بین تبلیغات غرب و واقعیت
- توی سایت‌هایی که تبلیغ عمل جراحی هست، از ضررهاش هم چیزی گفته؟ - مگه ضرر داره؟ - تو فکر می‌کنی داره؟ - نه خوب خوشگل می‌شی دیگه!	- بی‌اطلاعی از ضرر عمل‌های جراحی زیبایی
- یعنی تو خونه هم اون لباسای خوشگلی که گفتی رو می‌پوشی؟ - نه، خوب تو خونه مامان بابام هستن دیگه، اونا که حساب نیستن. - پس کی حسابه؟ - مردم دیگه. - مردم یعنی دوستات؟ - دوستام، با همه مردم دیگه.	- اثر دیگران

کدهای محوری شامل ۹ مقوله هستند که عبارت‌اند از: ۱. اثرپذیری از افراد ۲. کم‌رنگ شدن عقاید مذهبی ۳. ناآگاهی ۴. اثر روش‌های افراطی در زیبایی (عمل جراحی زیبایی) ۵. اثر تبلیغات ۶. اثر تفاوت فرهنگی ۷. فراگیر شدن فضای مجازی ۸. عوامل روان‌شناختی ۹. تحول ارزشی (در جهت کم‌رنگ اعتلایافتن ابعاد مادی و جسمانی و فرهنگ مطرح در فضای مجازی).

برای تسریع در فهم بهتر مرحلهٔ کدگذاری، کدهای استخراج‌شده در این پژوهش در جدول شمارهٔ ۲ نمایش داده شده است

جدول۲. کدهای باز، محوری و گزینشی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

ردیف	کدهای باز	کدهای محوری	کد گزینشی
۱	اثر همسالان	اثرپذیری از افراد	تلاش برای کسب تأیید و همرنگی با ایده آل‌های جامعه
۲	اثر بازیگران و خواننده‌ها		
۳	اثر غیرآموزشی معلمان		
۴	اثر والدین		
۵	اثر جنس مخالف		
۶	اثر دیگران		
۷	اثر خواهران و برادران		
۸	تقلیل مسائل مذهبی به مسائل زیستی	کمرنگ شدن عقاید مذهبی	
۹	چشم‌پوشی از مسائل مذهبی برای جذاب‌تر جلوه‌کردن		
۱۰	حسرت فرهنگ بدون حجاب		
۱۱	بی‌اطلاعی از ضرر عمل‌های جراحی زیبایی	ناآگاهی	
۱۲	بی‌اطلاعی از استفاده صحیح فضای مجازی		
۱۳	ناآگاهی و اطلاع کافی نداشتن دربارهٔ غرب		
۱۴	نداشتن آگاهی از تفاوت بین تبلیغات غرب و واقعیت		
۱۵	اثر عمل‌های جراحی زیبایی	اثر روش‌های افراطی در زیبایی (عمل جراحی)	
۱۶	عادی جلوه‌دادن عمل‌های جراحی زیبایی		
۱۷	اجبار در عمل‌های جراحی زیبایی		
۱۸	آمادگی ذهنی برای عمل جراحی زیبایی در آینده		
۱۹	همه‌گیرشدن عمل‌های جراحی زیبایی		
۲۰	تبلیغات عمل جراحی زیبایی		
۲۱	اثر مدگرایی	اثر تبلیغات	
۲۲	پیگیری زیبایی از سایت‌های تبلیغ زیبایی		
۲۳	اثر تبلیغات غرب		
۲۴	تسلط آمریکا در مفهوم زیبایی در ذهن کودکان		
۲۵	ذهنیت منفی نسبت‌به ایرانیان	ترجیح فرهنگ غرب نسبت‌به فرهنگ ایران	
۲۶	تصور زیبانبودن ایرانیان		
۲۷	بدبینی نسبت‌به مردم ایران		
۲۸	ترجیح فرهنگ غرب نسبت‌به فرهنگ ایران		
۲۹	مقایسهٔ فرهنگ‌ها بدون درنظرگرفتن عقاید مذهبی		
۳۰	بی‌اعتمادی به آموزش صحیح در کشور		
۳۱	بدبینی دربارهٔ ایرانیان		
۳۲	اجباری به‌نظرآمدن استفاده از فضای مجازی	فراگیر شدن فضای مجازی	
۳۳	تقلیل اهمیت نظرات به فضای مجازی		
۳۴	عادی شدن فرهنگ فضای جهانی‌شده		
۳۵	رجوع به اینترنت برای کسب اطلاعات لازم		

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

۳۶	سوءاستفاده از شرایط موجود	عوامل روان‌شناختی
۳۷	استفاده از تصویر جعلی برای کسب تأیید	
۳۸	کاهش اعتمادبه‌نفس	
۳۹	سایه انداختن جذابیت بدنی بر سایر ویژگی‌های مثبت ایدئال	
۴۰	استفاده از فریب برای گرفتن تأیید	
۴۱	استفاده از ابزارها برای ایجاد هویت ساختگی	
۴۲	پنهان‌کاری	
۴۳	پذیرفتن آرایش	تحول ارزشی (در جهت کم‌رنگ شدن ابعاد ملی و مذهبی و اعتلایافتن ابعاد مادی و جسمانی و فرهنگ مطرح در فضای مجازی)
۴۴	تلاش برای تأییدگرفتن از جنس مخالف	
۴۵	لاغرشدن برای ازدواج	
۴۶	عادی شدن فرستادن عکس از بدن	
۴۷	همرنگ شدن با جمع در جهت کسب زیبایی	
۴۸	همرنگ شدن با دیگران در تعریف زیبایی	
۴۹	اجبار در دوستی با جنس مخالف	

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]

[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

بحث و نتیجه گیری

مقوله‌های به‌دست‌آمده در این پژوهش، در ادامه به‌ترتیب بررسی و تبیین می‌شود.

۱) اثرپذیری از افراد: پاسخ‌دهندگان تحقیق حاضر به‌شدت تحت‌تأثیر نظرات دیگران مانند اعضای خانواده، معلمان، همسالان و جنس مخالفشان از مفهوم زیبایی بودند. درواقع از تمام کدهای محوری پژوهش، کد اثرپذیری از دیگران تنها کدی بود که در تمام مصاحبه‌ها به‌چشم می‌خورد و خیلی زود به اشباع نظری رسید. والدین و معلمان بیشترین اثر را روی افراد داشتند. در موارد زیادی والدین برای لاغرکردن فرزندانشان به‌زور و حتی تحقیر متوسل شده بودند. به‌عنوان نمونه، یکی از پاسخ‌دهندگان عنوان کرد:

«مامانم نمی‌گذاره شب‌ها غذا بخورم. یه بار خیلی گرسنه‌ام بود و گریه کردم؛ آخه شام مرغ داشتیم. من مرغ خیلی دوست دارم. آخرش مامانم واسم یه کم ریخت و گفت بخور تا چاق‌تر و زشت‌تر بشی. منم ترسیدم واقعاً چاق‌تر بشم؛ واسه همین فقط یکی دو قاشق خوردم».

همان‌طور که مشخص است، والدین به خصوص مادر می‌تواند اثر مستقیم در ذهنیت کودک از تصویر بدنی بگذارد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند خانواده به عنوان بنیادی‌ترین عنصر فرهنگی برای کودک، نقش بسیار پررنگی را در ایجاد تصویربدنی کودک بازی می‌کند و متغیر پیش‌بین قوی برای نارضایتی یا رضایت از تصویر بدنی در بزرگسالی است(۱۶). درواقع ادراک تصویر بدن توسط توصیه‌های والدین شکل می‌گیرد؛ همچنین مطالعه روی کودکان هلندی که از اقلیت‌های جوامع غیرغربی بودند، نشان داد این کودکان چاقی خود را دست‌کم می‌گیرند؛ اما مداخلات مدرسه، معلمان، همکلاسان و تعلیمات و آموزش‌هایی که می‌بینند، نتایج متفاوتی به‌بار می‌آورد و می‌تواند در نارضایتی از بدن آن‌ها، نقش داشته باشد (۱۷). اغلب پاسخ‌دهندگان عنوان کردند، معلمشان عمل جراحی زیبایی بینی داشته است و آن‌ها این مسئله را به‌عنوان تأییدی برای انجام این عمل‌ها در نظر می‌گرفتند؛ همان‌طور که یکی از پاسخ‌دهندگان عنوان کرد:

«خانممون هم دماغش رو عمل کرده. اگه کار بدی بود که معلممون نمی‌کرد».

همسالان نیز نقش مهمی دراین‌بین داشتند که در مصاحبه‌ها مشهود بود. مطالعات نیز نشان داده ادراک تصویر بدن از حدود پنج‌سالگی شروع می‌شود و نگرانی از شکل و ظاهر آن حدود سیزده‌سالگی که شخص دست به مقایسهٔ خودش با همکلاسی‌هایش می‌زند، آغاز می‌گردد (۱۸) و به‌طورکلی آن‌ها مسائل مربوط به وزنشان را دست‌کم می‌گیرند، مگر در مواردی‌که استقامت و قدرت بدنی‌شان در مقایسه با همسالان توسط خودشان حس شود (۱۷). با توجه به آنچه در این بخش مطرح شد نحوهٔ برخورد والدین و معلمان آموزشی در مورد ظاهر بدن به‌شدت روی تصویر بدنی کودکان اثر می‌گذارد و لازم است با آگاه‌سازی و آموزش به والدین، به‌خصوص مادر در این مورد به کودکان در داشتن تصویر بدنیِ مثبت از خود کمک شود.

اثر والدین نیز یکی دیگر از عوامل مقولهٔ اثرپذیری از افراد است. به‌نظر می‌رسد دانش‌آموزان از دو جهت درزمینهٔ تصویر بدنی از والدین اثر می‌گیرند:

- فشار والدین روی آن‌ها در جهت لاغرشدن و تناسب‌اندام شامل رژیم‌های کم‌خوری، ورزش‌های سنگین و مراجعه به دکتر تغذیه و مراکز کاهش وزن.

- تمایل و تلاش والدین در جهت لاغرشدن خودشان. درواقع برخی از والدین به‌عنوان الگویی که دائم برای لاغری در حال تلاش است، ظاهر می‌شود.

ازآنجاکه در خانواده‌های ایرانی وظیفه پخت‌وپز غذا برعهدهٔ مادر است، می‌تواند اثر مستقیم روی عادت‌های غذایی سایر خانواده بگذارد. از طرف دیگر، کنترل غذاخوردن دانش‌آموزان نیز به‌طور کامل برعهدهٔ مادر خانواده است؛ بنابراین اگر مادر دارای عقاید خاص دربارهٔ لاغری باشد، می‌تواند آن را به کودک تحمیل کند؛ پس آگاه‌سازی والدین از اثری که ناخواسته روی فرزندشان می‌گذارند، ضروری به‌نظر می‌رسد. تمام مادران مصاحبه‌شوندگان از قشر تحصیل‌کرده بودند؛ بنابراین نمی‌توان راه‌کارهایی را که ارائه می‌شوند، به سایر اقشار تعمیم داد؛ اما پیشنهاد می‌شود برای این قشرِ به‌خصوص، کتابچه‌هایی تهیه و تنظیم شود که در آن به شرح تأثیر عمیق مادر روی عادت‌های خوردن کودکان پرداخته شود. می‌توان این کتابچه‌ها را در جلسات اولیا و مربیان مدرسه توزیع کرد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

با توجه به مصاحبه‌های انجام‌شده، به‌جز مادر،پدر خانواده نیز نقش مؤثری در ورود بدون برنامه‌ریزی فرزندان به اینترنت دارد. به‌نظر می‌رسد کودکان به‌جز معلم، معمولاً نحوهٔ جست‌وجو کردن را از پدر یاد می‌گیرند. هیچ‌یک از مصاحبه‌شوندگان به آموزش دربارهٔ استفادهٔ صحیح از اینترنت از جانب پدر اشاره‌ای نکردند. در یکی از مصاحبه‌ها، پاسخ‌دهنده اشاره می‌کرد:

«پدرم فقط برای اینکه دست از سرش بردارم و سؤال نپرسم، سرچ کردن را به من یاد داد!»

بنابراین آگاهی پدران در این زمینه ضروری به‌نظر می‌رسد. متأسفانه در برنامه‌های اولیا و مربیان مدرسه، غالباً مادران شرکت می‌کنند و به‌ندرت در بین آن‌ها پدران حضور دارند. طبق پیشنهادی که در قسمت آگاه‌سازی مادران به آن اشاره شد، تهیهٔ بروشورها و کتابچه‌هایی که مستقیماً پدران را خطاب قرار دهد و آن‌ها را در این زمینه آگاه سازد، مفید به‌نظر می‌رسد.

۲) کم‌رنگ‌شدن عقاید مذهبی: به‌نظر می‌رسد پاسخ‌دهندگان در این تحقیق، حتی وقتی در خانواده‌های مذهبی رشد یافته بودند، تحت‌تأثیر همسالان و فضای مجازی قرار داشتند و برای کسب تأیید دربارهٔ زیبایی‌شان، در موارد زیادی از عقاید مذهبی چشم‌پوشی می‌کردند؛ به‌عنوان‌مثال، یکی از پاسخ‌دهندگان عنوان کرد:

«من می‌دونم آدم وقتی به سن تکلیف می‌رسه، باید موهاش رو بپوشونه؛ ولی خیلی با روسری زشت می‌شم. یه بار دختر خاله‌م بهم گفت چقد زشت شدی روسریت رو در بیار. تو مهمونی‌ها وقتی مامان بابام حواسشون نیست روسری‌ام رو درمیارم، آخه بابام خیلی دعوام می‌کنه روسری نپوشم».

دربارهٔ رابطهٔ مذهب و تصویر بدنی، پژوهشی انجام نشده است؛ ولی مطالعات زیادی دربارهٔ ارتباط مثبت آن با سلامت روان انجام شده است؛ همچنین هر نگرش اساسی بر نگرش فرعی‌تر تأثیر مستقیم دارد؛ برای مثال، نگرش فرد به دین و مذهب، بر بسیاری از نگرش‌های ردهٔ بعد، مانند نگرش دربارهٔ معنی، هدف و فرازونشیب‌های زندگی اثر مستقیم و جدی دارد و هرکدام از این‌ها به‌نوبهٔ خود نگرش‌های فرد دربارهٔ شغل، ازدواج، تحصیل، الگوهای زندگی و نظایر آن را جهت می‌دهد (۱۹). آنچه از محتوای مصاحبه‌ها به‌دست آمد، این بود که کودکان در مقایسهٔ تصویر بدنی که جامعه می‌پسندد و اصول مذهبی و دینی‌شان دچار تناقض هستند و در این تناقض بیشتر به‌سمت ایدئال‌های جامعه درحرکت‌اند. سه کد باز تقلیل مسائل مذهبی به مسائل زیستی، چشم‌پوشی از مسائل مذهبی برای جذاب‌تر جلوه کردن و حسرت فرهنگ بدون حجاب، در این مقوله جای گرفتند. پاسخ‌دهندگان سن تکلیف را دوره‌ای می‌دیدند که به زیبایی ظاهری زنانه می‌رسند؛ اما خود را مجبور به حجاب می‌دیدند و از آن استقبال نمی‌کردند؛ به‌عنوان‌مثال، یکی از دانش‌آموزان عنوان کرد:

«وقتی به سن تکلیف برسیم، مثل زن‌ها اندامون خوشگل می‌شه؛ ولی خانممون گفته اون موقع نباید نامحرم شما رو ببینه؛ ولی من دوست دارم مهمونی که می‌رم کفش پاشنه‌بلند و پیرهن دکلته بپوشم، عکس بگیریم».

برای بررسی دقیق‌تر رابطهٔ مذهب و تصویر بدنی و تأثیر این دو، روی هم تحقیقات آزمایشی و بیشتری نیاز است؛ اما آنچه از این تحقیق پیداست این است که اولیای مدرسه و والدین نتوانسته‌اند از آموزه‌های دینی و مذهبی کشور برای حل تناقض موجود استفاده کنند.

در مقولهٔ کم‌رنگ‌شدن عقاید مذهبی در مصاحبه‌ها با ناهمخوانی عقاید خانواده‌ها و تعلیمات مدرسه روبه‌رو هستیم که مسئلهٔ اخیر می‌تواند تأثیر عمیقی بر نقش هویت‌یابی کودکان بگذارد. بی‌اعتمادی والدین به تعلیمات مذهبی مدرسه به دانش‌آموزان سرایت کرده است و بررسی مصاحبه‌ها نشان داد، دانش‌آموزان این بی‌اعتمادی را به سایر آموزش‌های مدرسه نیز تعمیم می‌دهند. یکی از مصاحبه‌شوندگان که مسائل مذهبی را به تبعیت از پدر ناموجه می‌دانست، آموزش معلم خود مبنی‌بر خوردن شیر برای سلامت را باور نمی‌کرد و معتقد بود، تمام صحبت‌های معلمش غیرواقعی است؛ بنابراین لازم است این موضوع به‌طورجدی ریشه‌یابی شود تا بتوان به راه‌کارهای همه‌جانبه پرداخت؛ اما در سطح این مطالعه به‌وجودآوردن این آگاهی در خانواده‌ها که باوجود هرگونه اعتقاد مذهبی، هماهنگی مدرسه خانواده برای پذیرش تعلیمات آن‌ها از سوی کودک ضروری است، می‌تواند کارساز باشد.

۳) ناآگاهی: دانش‌آموزان این پژوهش اطلاعات بسیار محدودی دربارهٔ نحوهٔ صحیح استفاده از اینترنت، ضررهای عمل جراحی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

زیبایی و تشخیص تفاوت بین واقعیت و تبلیغات داشتند. تبلیغات غرب به‌شدت آن‌ها را تحت‌تأثیر قرار داده است؛ اما آن‌ها حتی نمی‌دانند مکان دقیق این تبلیغات کجاست و اکثراً آن را به آمریکا نسبت می‌دادند. یکی از آن‌ها در جواب این سؤال که منظورت از خارجی‌ها چه کسانی هستند عنوان کرد: «منظورم آمریکاست دیگه؟ اونا واقعا خوشگلن تو هیچ فیلمی دختر زشت ندارن».

همچنین آن‌ها در معرض انبوه عظیمی از اطلاعات هستند و به‌تنهایی دربارهٔ صحت آن قضاوت می‌کنند. ازآنجاکه کودکان ادراک تصویر بدنی را از روی عکس‌ها، اطلاعات و تفسیر نشانه‌های محیط و اجتماع به‌دست می‌آورند و با توجه به اینکه کودکان دارای تفکر عینی هستند و برای برداشت و مقایسهٔ انتزاعی مفاهیم به کمک بزرگسالان نیاز دارند (۲۰)، لازم است والدین و اولیای مدرسه در جهت آگاه‌کردن آن‌ها قدم‌های لازم را بردارند و در این زمینه با یکدیگر به اتفاق‌نظر برسند؛ چراکه دوگانگی نظرات مدرسه و خانه، کودکان را گمراه‌تر می‌کند. یکی از پاسخ‌دهندگان دراین‌باره عنوان کرد: «معلممون می‌گه هرچی تو سایت‌ها می‌گن راست نیست، منم به بابام گفتم. بابام مسخره کرد گفت، آره فقط دروغ‌های اونا رو باید باور کنیم. معلممون فکر کنم این‌طوری می‌گه که ما نریم تو سایت‌ها و درسمون رو بخونیم».

یکی دیگر از موارد مهم در مقولهٔ نداشتن آگاهی دانش‌آموزان، بی‌اطلاعی از نحوهٔ بالابردن امنیت خصوصی صفحات مجازی بود. برخی دانش‌آموزان نمی‌دانستند عکس‌هایی که در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند، برای افراد غریبه نیز قابل‌مشاهده است. یکی از پاسخ‌دهندگان اظهار کرد:

«من فقط برای دوستام عکس می‌گذارم اینستاگرام، ولی یه روز داداشمم دیده بود، دعوام کرد. بعداً دوستم گفت باید صفحه‌ات رو قفل کنی؛ ولی بلد نبودم. دوستم می‌خواد از خواهرش بپرسه به من هم یاد بده».

بنابراین لازم است در برنامهٔ آموزشی آن‌ها دربارهٔ استفاده از اینترنت، حتماً مسئله امنیت صفحات نیز مورد بحث قرار گیرد. ناآگاهی در بین دانش‌آموزان کاربر فضای مجازی موضوع بسیار شایان‌توجهی است. متأسفانه درحالی‌که دانش‌آموزان در میان انبوهی از اطلاعات قرار دارند، هیچ‌کس برای درست و غلط بودن این اطلاعات در کنارشان نیست. این موضوع به‌خصوص در بی‌اطلاعی آن‌ها از تفاوت آمریکا و خارج به‌چشم می‌خورد. اکثر مصاحبه‌شوندگان کشور آمریکا را به‌عنوان خارج می‌شناختند؛ همچنین تبلیغات افراطی غرب برای دانش‌آموزان بسیار ملموس و طبیعی به‌نظر می‌رسید و تلاش آن‌ها برای رسیدن به محصولات تبلیغ‌شده را دوچندان می‌کرد. موضوع دیگری که در این بی‌اطلاعی به‌چشم می‌خورد، تبلیغ انواع مختلف عمل‌های جراحی در فضای مجازی است. در این تبلیغات معمولاً تغییرات چشم‌گیر زیبایی قبل و بعد از عمل دیده می‌شود که قطعاً برای دانش‌آموزان جذاب خواهد بود. مصاحبه‌های انجام‌شده نشان داد، این تبلیغات بسیار قدرتمند و دانش‌آموزان از مضرات اعمال جراحی زیبایی کاملاً بی‌اطلاع هستند؛ بنابراین حالا که حضور گستردهٔ دانش‌آموزان در فضای مجازی قابل‌انکار و کنترل نیست، حداقل وجود نهادهایی برای اطلاع‌رسانی درست و آگاه کردن آن‌ها از مطالب این مجموعه الزامی به‌نظر می‌رسد. اگر این ناآگاهی گسترش یابد، می‌تواند تأثیرات عمیق و جبران‌ناپذیری بر تفکرات کودک برجای نهد؛ بنابراین لزوم وجود برنامه‌های درسی در رابطه با آموزش صحیح از فضای مجازی و توضیح دربارهٔ نحوهٔ عملکرد تبلیغات به زبان ساده و قابل‌فهم دانش‌آموزان، بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود.

۴) اثر روش‌های افراطی در زیبایی (عمل جراحی زیبایی): پاسخ‌دهندگان پژوهش، مسئلهٔ عمل جراحی به‌منظور زیبایی را امری بسیار عادی تلقی می‌کردند و آمادگی ذهنی بالایی برای انجام آن در آینده داشتند. همان‌طور که یکی از دانش‌آموزان عنوان کرد:

«خب هرکی دماغش زشته، باید عمل کنه دیگه، نمی‌شه که عمل نکنه».

از طرف دیگر، حجم بسیار بالای تبلیغات برای عمل جراحی زیبایی، این دیدگاه را تقویت کرده است. هرساله ده‌ها هزار نفر به‌منظور تغییر ظاهر فیزیکی خود تحت عمل جراحی زیبایی قرار می‌گیرند. . براساس گزارش انجمن جراحان پلاستیک آمریکا در سال ۲۰۰۹، تعداد جراحی‌های زیبایی انجام‌شده به ۱۲/۱ میلیون رسیده است . ایران نیز یکی از کشورها با رتبهٔ بالا در انجام جراحی‌های زیبایی در دنیا شناخته شده است (۲۱). کشور ایران در کنار کشورهای ترکیه و برزیل، در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

رده‌های نخست میزان جراحی‌های جهان قرار گرفته است(۲۲). این آمار در کنار عادی‌شدن جراحی‌های زیبایی که بی‌خطر هم نیستند، نگران‌کننده است. مهم‌ترین مسئله‌ای که در این زمینه از اظهارات پاسخ‌دهندگان مشخص شد، بی‌اطلاعی از عواقب احتمالی ناشی از انجام جراحی زیبایی است. درواقع هیچ‌یک از پاسخ‌دهندگان پژوهش، دربارهٔ زیان‌های جراحی زیبایی نگرانی نداشتند. یکی از آن‌ها در پاسخ به این سؤال که آیا این عمل‌ها ضرر دارند یا خیر بیان کرد:

«ضرر؟! خوشگل می‌شیم، دیگه چرا ضرر داشته باشه؟»

بنابراین به‌نظر می‌رسد آگاهی‌دادن به کودکان در این زمینه مفید باشد، چراکه تصویر بدنی و نگرانی‌های مربوط به آن، در این سن در تشکیل هویت آن‌ها نقش بسزایی دارد و باید مورد توجه قرار گیرد.

۵) اثر تبلیغات: می‌توان گفت در این پژوهش تبلیغات عمده‌ترین نقش را در تشکیل تصویر بدنی دانش‌آموزان داشته است. انبوه عظیم تبلیغات به‌خصوص از سمت رسانه‌های غربی، حجم بسیار بالایی از اطلاعات زیبایی را در اختیار دانش‌آموزان قرار داده است و مهم‌ترین نتیجهٔ آن در جمعیت مورد بررسی، مقایسهٔ دائمی بدن خویش با مدل‌های تبلیغاتی است. همان‌طور که گفته شد، کودکان ادراک تصویر بدنی را از روی عکس‌ها، اطلاعات و تفسیر نشانه‌های محیط و اجتماع به‌دست می‌آورند و دسترسی‌پذیری این عکس‌ها و اطلاعات در جوامعی که در معرض آن هستند، در ایجاد تصویر بدنی منفی در افراد نقش مستقیم و مهمی را بازی می‌کند. جامعه در تبلیغات زیبایی، پیام‌های زیادی را مبنی‌بر اینکه لاغری به معنی زیبابودن و موفق بودن در زندگی است ترویج می‌کند. درمقابل، اضافه‌وزن داشتن به معنی زشت‌بودن، بیماربودن، تنبلی و ضعف فردی است (۲۳). یکی از دانش‌آموزان عنوان کرد:

«خودمم خیلی دوست دارم لاغر بشم. یه تبلیغ هست وقتی زن چاقه میاد تو، شوهرش بهش اخم می‌کنه و روش رو بر می‌گردونه. زن هم می‌ره لاغر می‌شه، بعد شوهرش کلی باهاش خوب می‌شه، مامانم می‌گه توام اگه لاغر نشی، کسی دوستت نداره».

پژوهشگران معتقدند، جوامع درحال‌توسعه بیش از کشورهای دیگر به ایدئال‌هایی که از سمت رسانه‌ها تبلیغ می‌شود، توجه می‌کنند؛ بنابراین لازم است خانواده‌ها و اولیای مدرسه تمهیدات لازم برای مقابله با اثرات منفی این تبلیغات را مورد توجه قرار دهند (۲۴). نکتهٔ قابل‌توجه دیگر تسلط آمریکا به‌عنوان یک قدرت مهم تبلیغاتی در امر زیبایی، در ذهن دانش‌آموزان پژوهش حاضر بود. آن‌ها تمام تبلیغات زیبایی سایر کشورها را نیز متعلق به آمریکا می‌دانستند. یکی از دانش‌آموزان وقتی عنوان کرد: «تمام خارجی‌ها خوشگل هستند»، در پاسخ به این سؤال که منظورت از خارج کجاست؟ آمریکا را نام برد. آن‌ها همچنین در تشخیص واقعیت از غیرواقعیت در تبلیغات، دچار مشکل‌اند و اندام‌هایی دست‌نیافتنی را که زاییدهٔ فناوری‌های ترمیم و زیباسازی و ابزار عکاسی هستند، به‌عنوان الگوهای واقعی درنظر می‌گیرند و برای رسیدن به آن تلاش می‌کنند و با نرسیدن به آن دچار اضطراب می‌شوند. با توجه به اینکه شبکه‌های تلویزیونی و اینترنت، از عوامل مهم اثرگذاری تبلیغات روی افراد هستند (۲۵)، می‌توان با برنامه‌ریزی در محتوای آن‌ها، با هدف آگاه‌سازی و مقابله با زیان‌های روان‌شناختی تبلیغات بی‌پایان زیبایی در کودکان و سایر اقشار جامعه گام‌های قابل‌توجهی برداشت.

۶) اثر تفاوت فرهنگی: بدبینی نسبت‌به تفاوت‌های فرهنگی کشور در دانش‌آموزان پژوهش حاضر، هرچه بیشتر آن‌ها را به‌سمت الگوها و مدهای ایدئال زیبایی و دست‌نیافتنیِ تبلیغات غربی متمایل کرده بود. تمام پاسخ‌دهندگان زیبایی را از آنِ غرب و مردم ایران را دارای اندام چاق و نازیبا تصور می‌کردند. نمونه‌هایی از این تصور در مصاحبه آن‌ها به این شرح بود:

«ایرانی‌ها خیلی بی‌فرهنگ هستند، همه‌ش دوست دارند بخورند و بخوابن، تو تبلیغ باشگاه‌های ورزشی که نشون می‌ده، همهٔ مربیاشون خودشون چاقن».

«مامان‌ها همه‌شون مثل هم هستن تو ایران؛ ولی تو خارج مامانا با هم فرق دارن، قیافه‌هاشون، کاراشون، حرف‌زدنشون، همه‌شونم خوشگلن».

«مدلی که گفتی ایرانی بود؟ - نه بابا، ایرانی‌ها که خوشگل نیستن، خارجی بود».

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

در رابطهٔ اخیر می‌توان گفت، مد، منحصر به سن خاصی نیست و همهٔ رده‌های سنی و جنسی را شامل می‌شود، اما در سنین پایین‌تر جذابیت بیشتری دارد (۲۶)؛ بنابراین جای تعجب ندارد که کودکان با تمایل هرچه‌تمام‌تر به‌سوی مدهای پذیرفته‌شدهٔ خارج از فرهنگ خود بروند و در کشور مدل‌های همخوان با فرهنگ ایرانی که بتواند با تبلیغات غربی رقابت کند و بستر مناسب با روحیات کودکان ایرانی را برای آن‌ها فراهم سازد، بسیار معدود است. پیشنهاد می‌شود متخصصان حوزهٔ تبلیغات در تمام عرصه‌های فرهنگی، علمی و هنری این موضوع را مدنظر و مورد پژوهش قرار دهند، چراکه به‌نظر می‌رسد، نقش تفاوت‌های مذهبی نیز تبدیل به یک تعارض در ذهن کودکان شده است. یکی از دانش‌آموزان بیان کرد:

«عکسای خارج خیلی خوشگل شده بود. بی مانتو و روسری با شلوارک و دامن کوتاه هرجا خواستم، عکس انداختم. مثل دختر خارجیا شده بودم».

در آموزش‌های مدرسه نیز پرداختن به اصول تفاوت‌های فرهنگی در جوامع مختلف و آشنایی با هریک از آن‌ها می‌تواند مفید باشد.

۷) فراگیرشدن فضای مجازی: می‌توان گفت دانش‌آموزان این پژوهش، برای تمام مسائلشان به جست‌وجو در اینترنت می‌پردازند و درواقع استفاده از فضای مجازی را نوعی اجبار در زندگی روزمره می‌دانند. در این راه خانواده، مدرسه و سایر اطرافیان کودکان تسهیل‌کنندهٔ این برداشت هستند و دانش‌آموزان را به‌سمت استفاده از فضای مجازی هدایت می‌کنند. برخی از دانش‌آموزان عنوان می‌کردند:

«خانممون می‌گه، هر سؤالی داشتید، لازم نیست حتماً از ما یا مامان و باباتون بپرسید. بزنید توی گوگل، براتون میاره، واقعاً هم میاره من هرچی بخوام می‌زنم اونجا».

بنابراین به‌نظر می‌رسد، تمام ابعاد زندگی فرد، امروزه تحت‌تأثیر فضای مجازی باشد. برخی موج چهارم تحول بشریت را جهان مجازی می‌دانند (۲۷). این رسانه‌ها در پیدایش عادات تازه، تغییر در باورها و خلق‌وخوی و رفتار انسان‌ها و تکوین فرهنگ جهانی، نقش و سهمی شگرف دارند؛ البته میزان تأثیر رسانه‌ها و استقبال از آن‌ها در جوامع مختلف، یکسان نبوده است و تابع متغیر رشد فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی هر جامعه است (۲۸). به‌هرحال امروزه نمی‌توان فضای مجازی را نادیده گرفت یا سعی در عقب‌راندن آن کرد؛ آنچه مهم است، استفاده از این فرصت برای ایجاد فضای روبه‌رشد و یاری‌دهنده، با هدف ارتقای توانایی‌های علمی و عملی دانش‌آموزان است. می‌توان در عوض انکار فضای مجازی، از آن در جهت فرصت‌سازی‌های مناسب رشد کودکان بهره جست. این امر مستلزم برنامه‌ریزی هدفمند مدیران آموزشی، در این زمینه است.

۸) عوامل روان‌شناختی: سوءاستفاده از شرایط موجود، استفاده از تصویر جعلی، کاهش اعتمادبه‌نفس، سایه انداختن جذابیت بدنی بر سایر ویژگی‌های مثبت، استفاده از فریب‌کاری برای کسب تأیید، استفاده از فناوری و ابزار برای ایجاد هویت ساختگی و پنهان‌کاری، ازجمله عوامل روان‌شناختی مرتبط با تصویر بدنی در پاسخ‌دهندگان این پژوهش بود. تمام پاسخ‌دهندگان برای کسب تأیید اطرافیان ازجمله خانواده، جنس مخالف دوستان و اقوام در تلاش برای لاغری بودند.

برخی از یافته‌های مصاحبه در این رابطه به این شرح است:

«مامانم همه‌ش می‌گه باید مثل خواهرت لاغر بشی تا برات تبلت بخرم. منم واقعاً شب‌ها کمتر می‌خورم».

«دوست دارم لاغر بشم تا توی مهمونی‌ها بتونم لباسایی رو که دوست دارم بپوشم، دختر خاله‌م خیلی خوشگله، همه تو مهمونی نگاهش می‌کنند».

«همهٔ دوستام که لاغرن با پسرا دوستن؛ ولی کسی با من دوست نمی‌شه، دوست بشه هم مسخره‌ام می‌کنه. تا لاغر نشم هیچ پسری دوست نمی‌شه باهام».

«یه‌بار با بابام و خواهرم رفتیم کوه، من خیلی موهامو خوشگل درست کرده بودم، مثل کوه‌نوردای خارجی. وقتی رسیدیم بالا یه خانمی به خواهرم گفت ماشاالله ورزشکار، من خیلی ناراحت شدم؛ چون من چاقم، فکر کرد من ورزشکار نیستم».

این انتظار که از همهٔ افراد مهم زندگی، عشق و تأیید دریافت کنیم، یکی از انواع باورهای غیرمنطقی است (۲۹). این نوع باور، به اضطراب و ناراحتی روانی منجر می‌شود و وقتی فرد دچار آن است، در نگرش و برداشت‌های خود به‌شدت بر اجبار و الزام تأکید دارد و خود را بی‌نهایت به وقوع امر خاصی مقید و پایبند می‌کند (۲۹)؛ بنابراین جای تعجب ندارد که پاسخ‌دهندگان پژوهش برای رسیدن به لاغری که خود را ملزم

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

به آن می‌دانند و مورد تأیید جامعه و اطرافیان است، دست به کارهای مختلف ازجمله ایجاد هویت جعلی بزنند. یافته پژوهش دیگری نیز ساخت هویت کاذب را ازجمله آسیب‌های فضای مجازی می‌داند که می‌تواند در هویت‌یابی کودکان اثر زیادی بگذارد. یکی از دانش‌آموزان عنوان کرد:

«روم نمی‌شه عکس‌های خودم رو برای کسی بفرستم، همیشه عکس خواهرم رو می‌فرستم که از من خوشگل‌تره، ولی می‌گم خودمم. یه بار یکی‌شون فهمید، من خیلی خجالت کشیدم. گفت حتماً خودت خیلی زشتی، من واقعاً هم زشتم خب! خواهرم خوشگله» (۳۰).

درپی کسب تأییدبودن با توجه به معیارهای زیبایی و اهمیت گستردهٔ آن در فضای مجازی، کاهش اعتمادبه‌نفس دانش‌آموزان را در این پژوهش به‌دنبال داشته است. شخص برخوردار از اعتمادبه‌نفس کسی است که از توانایی‌ها، استعدادها و شایستگی‌های خود، آگاهی دارد و به آن‌ها متکی است (۳۱)؛ اما پاسخ‌دهندگان این پژوهش نشان دادند، بدون درنظرگرفتن شایستگی‌هایشان، به‌دنبال کسب ایدئال‌های زیبایی جامعه (و فضای مجازی) هستند و در این راه دچار نبود اعتمادبه‌نفس شده‌اند. یکی از آن‌ها بیان کرد:

«همه‌ش به من می‌گن خوش‌به‌حالت که درست خوبه، ولی آخه درس خوب به چه درد می‌خوره؟ دختر دوست مامانم دندانپزشک و پولداره؛ ولی چون چاقه، کسی باهاش ازدواج نکرده. خوب منم اگه دکتر بشم، ولی چاق باشم، کسی اصلاً از من خوشش نمیاد».

اعتمادبه‌نفس پایین در کودکان مشکلات متعددی ازجمله افت تحصیلی، درگیری‌های اجتماعی، آمادگی برای ابتلا به انواع اختلال‌های روانی به‌خصوص افسردگی، اضطراب و اعتیاد را به‌همراه دارد (۳۲)؛ بنابراین توجه به این موضوع، بسیار حائز اهمیت است و باید بررسی جدی شود.

۹۹) تحول ارزشی (در جهت کم‌رنگ شدن ابعاد ملی و مذهبی و اعتلایافتن ابعاد مادی و جسمانی و فرهنگ مطرح در فضای مجازی): در دانش‌آموزان پژوهش حاضر از سویی کم‌رنگ‌شدن ابعاد ملی و مذهبی و از سوی دیگر، افکاری مانند اجبار در دوستی با جنس مخالف، پذیرفتن آرایش، لزوم لاغری برای ازدواج، عادی‌شدن فرستادن عکس از بدن برای دیگران و همرنگ‌شدن با جماعت در تعریف زیبایی، رواج داشت. یافته‌های پژوهش دیگری نیز نشان داد که در ایران جوانان ترجیح می‌دهند آرایش کنند و به‌طور مصنوعی، زیبا به‌نظر برسند. زنان و دختران ایرانی سالانه حدود ۱۶۳۰ میلیون یورو برای کالاهای آرایشی هزینه می‌کنند و ایران بعد از عربستان بیشترین میزان مصرف لوازم‌آرایشی در خاورمیانه را دارد و تقریباً ۲۹درصد مصرف‌کنندگان لوازم‌آرایش در خاورمیانه را تشکیل می‌دهند همچنین ایران هفتمین کشور واردکنندهٔ لوازم‌آرایش در جهان است (۳۳). این موضوع در مصاحبهٔ پاسخ‌دهندگان پژوهش نیز کاملاً مشهود بود که آرایش‌کردن امری عادی‌ست و دختران ملزم به انجام آن هستند. برخی از پاسخ‌دهندگان عنوان می‌کردند:

«خب همه آرایش می‌کنن، مگه می‌شه آدم بدون آرایش بره عروسی و مهمونی؟ بهش می‌خندن».

«من خودم خیلی دوست ندارم، ولی خب همه می‌کنن خوشگل می‌شن، منم مجبورم بکنم دیگه».

«به همهٔ دوستام گفتم تولدم برام لوازم‌آرایش بخرن. خیلی دوست دارم».

همان‌طور که مشخص پاسخ‌دهندگان پژوهش خود را ملزم به استفاده از لوازم‌آرایش می‌دانند، پژوهش‌ها نیز نشان داده‌اند امروزه استفاده از لوازم‌آرایش به یک نیاز ضروری در بین خانم‌ها تبدیل شده است. (۳۴)

دختران جوان این پژوهش فرستادن عکس از بدنشان را برای دیگران امر عادی می‌دانستند. آن‌ها عنوان می‌کردند:

«خوب باید عکس بفرستیم دیگه، پس چرا چت می‌کنیم؟ پس کجا باید همو ببینیم برای اولین‌بار».

دانش‌آموز دیگری بیان می‌کرد:

«وقتی کسی می‌خواد باهام دوست بشه، من قبول نمی‌کنم، خب می‌خوام اول لاغر بشم، بعد عکس بفرستم.

- مگه حتماً باید عکس بفرستی؟

- خوب آره دیگه!».

با توجه به آمار بالای جرائم اینترنتی که سوءاستفاده از عکس‌های خصوصی ازجملهٔ آن‌هاست، این موضوع در کودکان اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. سوءاستفاده از اطلاعات اینترنتی کاربران براساس شواهد موجود، یک مشکل جدی‌ست که به‌موازات رشد تعداد استفاده‌کنندگان از اینترنت و سایر

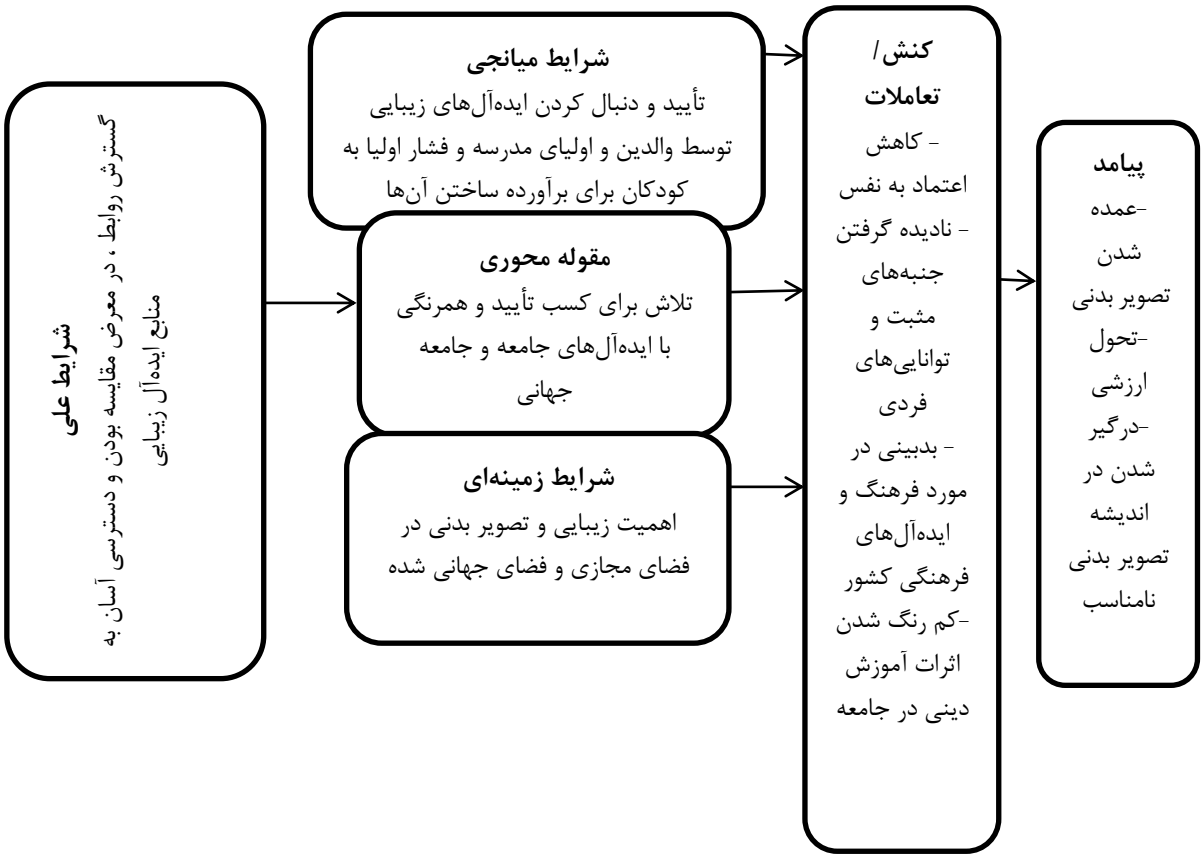
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

فناوری‌های ارتباطی افزایش سلامت روان شخص را دچار مشکلات جدی می‌کند (۳۵)؛ بنابراین آگاه‌سازی کودکان در این زمینه به‌وسیلهٔ مراجع مربوطه اهمیت بسزایی دارد.

به‌طورکلی روابط دوطرفه و چندطرفه در فضای مجازی که نسبت‌به قبل با سهولت هرچه‌تمام‌تر شکل می‌گیرد، می‌تواند در شکل‌گیری تصویر بدنی کودکان نقش مهمی داشته باشد. در مقولهٔ اثرپذیری از افراد، مهم‌ترین موضوعی که به‌چشم می‌خورد، اثر غیرآموزشی معلمان است که در تمام مصاحبه‌ها نیز عنوان شده است. ناهماهنگی والدین و معلمان نیز در ایجاد این آموزش قابل‌توجه است. غالب والدین بعد از اطلاع از لزوم استفادهٔ فرزندانشان از اینترنت که توسط معلم توصیه می‌شود، فرزندشان را در فضای بیکران مجازی تنها می‌گذارند و این در حالی است که فرزند آن‌ها بدون هیچ آموزشی جهت استفادهٔ مثبت از فضای مجازی، به داخل آن هل داده می‌شود؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود، والدین و اولیای مدرسه در ارتباط و مشورت باهم تدابیر لازم را جهت جلوگیری از عوامل منفی استفاده از فضای مجازی در نظر بگیرند؛ همچنین برخی از معلمان خودشان در معرض عمل‌های جراحی زیبایی قرارگرفته‌اند؛ ازآنجاکه معلمان الگو و سرمشق دانش‌آموزان هستند، این اقدام آن‌ها به‌عنوان یک عمل مثبت و مجوزی برای انجام جراحی‌های زیبایی به دانش‌آموزان تلقی می‌شود؛ البته کنترل این عامل با درنظرگرفتن فراگیرش عمل‌های جراحی زیبایی در همهٔ اقشار جامعه، مشکل و نیازمند ریشه‌یابی عمیق و همه‌جانبه است؛ اما پیشنهاد می‌شود، معلمانی که از جراحی‌های زیبایی استفاده کرده‌اند، به‌صورت غیرمستقیم دانش‌آموزان را از ضررها و آسیب‌های این اعمال روی بدن آگاه کنند.

آنچه را تاکنون از آن یاد شد، می‌توان در مدل زیر به نمایش درآورد:

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]



شکل۱. مدل زمینه‌ای عوامل مؤثر بر تصویر بدنی جمعیت مورد بررسی دانش‌آموزان دختر

با توجه به آنچه از آن یاد شد، در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان بیان داشت، تصویر بدنی مقولهٔ مهم و بااهمیتی برای کودکان، نوجوانان و جوانان شمرده می‌شود؛ البته اگرچه تحقیقات پیشین بر نداشتن تفاوت مسئلهٔ تصویر بدن در هردو جنس در کودکان پیش‌دبستانی تأیید کرده‌اند، اما با گذشت اندک‌مدتی مقولهٔ تصویر بدن برای کودکان، نوجوان و جوانان مطرح می‌گردد (۳۶) و (۳۷). پژوهش دیگری نیز با اشاره به گسترش اختلال بدشکلی بدنی، نشان داد، اختلال تصویر بدنی در جمعیت جوان روبه افزایش است و مشکلات تغذیه‌ای کودکان دبستانی در سال‌های اخیر، امری شایع شده است (۳۸) و همچنین یک‌سوم کودکان مورد بررسی در پژوهشی، در سال‌های آخر دورهٔ پیش‌دبستان، چیزی از ظاهر فیزیکی خود را تغییر داده و نیمی از آنان، نگران افزایش چربی بدنشان هستند (۳۷). گزارش‌های دیگر نیز نشان داد، در بررسی‌ای که آنان در سطح ۳۳۴ دانش‌آموزان (۵۰درصد دختر، ۵۰درصد پسر) متوسطهٔ اول و دوم داشته‌اند، اولاً ۸۰ درصد پاسخ‌دهندگان تأکید کرده‌اند که ظاهر بخش مهمی را در فرد تشکیل می‌دهد و ثانیاً نقش رسانه‌ها و اولیا در تصویر بدنی دانش‌آموزان، امر واضح و آشکاری‌ست. گروسیک و همکاران، خاطرنشان می‌کنند، جمعیت مورد بررسی آنان در ۳۲درصد موارد به‌دلیل ظاهر بدنیِ نامناسبِ خود، دچار افسردگی شده‌اند و در ۴۴درصد موارد، کوشیده‌اند با رژیم غذایی، به ظاهر مطلوب‌تر خود نزدیک‌تر گردند که در این میان ۸۰درصد پاسخ‌دهندگان نیز به انجام رفتارهای پرخطر تغذیه‌ای خود اذعان داشته‌اند (۳۹).

مقولهٔ تصویر بدن و تصور بدشکلی بدنی در سطح نوجوانان و جوانان چنان گسترده است که حتی نوجوانانی که هیچ مشکل اضافه‌وزن ندارند، نسبت به وزن خود نگرش ناسالمی دارند و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

در سطح ۵۹درصد دختران و ۲۹درصد پسران دبیرستانی، تلاش‌هایی دال بر کاهش وزن صورت پذیرفته است که گاهی این تلاش‌ها به رفتارهای ناسالمی مانند مصرف داروهای ضداشتها، استفراغ، استفاده از ملین‌ها، سیگارکشیدن، تمرین-های فیزیکی بیش‌ازحد (که در این حالت از آن با عنوان تمرینات ورزشی مرضی یاد می‌شود)، منجر شده است.(۴۰)

مؤثر در تصویر بدنی و احساس بدشکلی بدنی از دربارهٔ علل این موارد عوامل متعددی یاد شده است. برخی از اهم عبارت‌اند از: رسانه‌ها، اولیا، همسالان و خواهران و برادران، اثرات روان‌شناختی، مسئلهٔ بلوغ و چاقی و افزایش وزن.

دربارهٔ نقش رسانه در تصویر بدنی می‌توان بیان داشت، رسانه به چند طریق مختلف در نارضایتی از تصویر بدنی اقشار مختلف اجتماعی خاصه کودکان، نوجوانان و جوانان مؤثر واقع می‌شود.

گسترش رسانه سبب شده است، جوامع بشری از فرهنگ مکتوب به‌سمت فرهنگی بصری سوق یابند (۴۱). به این معنا که اگر زمانی افراد در جریان مطالعهٔ یک کتاب، هرجایی که لازم می‌دیدند، تأمل کرده یا دوباره و چندباره مطلب مورد نظر خویش را می‌خواندند و به‌این‌ترتیب به تفکر انتقادی خویش عمق می‌بخشیدند، در فرهنگ بصری، کودکان، نوجوانان و جوانان از بدو کودکی در معرض تبلت، ایکس‌باکس، ماهواره و رایانه قرار می‌گیرند و به‌دلیل تغییر پی‌درپی تصاویر بصری، آنان مجبور هستند که تنها به شکلی منفعل، ناظر بر تصاویر متعددی باشند که از برابر آن‌ها می‌گذرد. بالطبع ادامهٔ روند اخیر، به ابتذال فکری کاربرانی می‌انجامد که بدون فرصت نقد و نظر، در معرض محتوای بصری ارائه‌شده توسط رسانه قرار گرفته‌اند. طبیعی است که در ادامهٔ این تفکر مبتذل، کاربران اخیر به‌جای توجه به ابعاد انتزاعی، نظری و فکری، بیشتر معطوف به ابعاد عینی، مادی و هیجانی هستند که جسم و مسائل جسمانی از مصادیق بارز آن به‌شمار می‌آیند.

از جنبهٔ دیگر، کاربری بی‌حدوحصر از رسانه، سبب می‌شود کودکان، نوجوانان و جوانان به‌جای آنکه در جهان واقعی به بازی، ورزش و تفریحات بدنی بپردازند، ساعت‌های متمادی دربرابر رسانه قرار بگیرند و این امر خودبه‌خود به چاقی آنان می‌انجامد (۴۲) و به‌تبع چاقی، مسئلهٔ بدشکلی بدنی برای هردو جنس و خاصه دختران مطرح می‌گردد؛ اما اثرات عمدهٔ رسانه، در ارائهٔ محتوایی است که به کاربران خویش می‌دهد، رسانه‌ها با طرح معیارهای لاغری برای زنان و عضلانی‌بودن برای مردان و زیبایی چهرهٔ آنان، در عمل توجه کاربران خود را معطوف به استانداردهایی می‌کند که ممکن است برای همه دست‌یافتنی نباشد و این معنا، خودبه‌خود به احساس بدشکلی بدنی کاربران می‌انجامد.

که قرارگرفتن در معرض رسانه‌های جمعی، اعم از تلویزیون، فیلم، مجله و اینترنت، موجبات افزایش نارضایتی از بدن در هردو جنس را فراهم می‌آورد(۴۳).

یافته‌های دیگری در بررسی‌ای که در سطح ۱۲۸دختر ۵-۸ساله داشتند، نتیجه گرفتند، دختران کاربر نشریات زنانه، نارضایتی بیشتری را از بدن خویش منعکس می‌سازند. (۴۴)

در پژوهش مفصل دیگری با نشان‌دادن گزارش‌های متعدد از ارائهٔ تصاویر رسانه‌ها به زنان (تصاویر زنان لاغری که در رسانه‌ها به‌عنوان افراد زیبا مطرح می‌گردند)، در معرض نوارهای ویدئویی که معیار زنان لاغراندام را مطرح کرده و مورد تأیید قرار می‌دهد، کسانی که کاربر نشریات زنانه هستند (و در این نشریات با زن لاغراندام به‌مثابهٔ معیار زیبایی مواجه می‌گردند) و دخترانی که در معرض تصاویر زنان مطرح‌شده در تبلیغات قرار می‌گیرند، خاطرنشان می‌سازد، در همهٔ موارد، ارائهٔ معیارها و استانداردهای زیبایی توسط نشریات، تلویزیون، ماهواره و اینترنت، موجبات افزایش نارضایتی از بدن را در مخاطبان آزمایش‌های اخیر پدید آورده است و در آنان مواردی مانند افزایش موقتی افسردگی، تنش، احساس خجالت، نبود اعتمادبه‌نفس و حتی احساس گناه را دامن زده است؛ درحالی‌که گروه کنترل که به مشاهدهٔ تصاویر معمولی پرداخته بودند، هیچ‌یک از علائم اخیر را در خود نشان نمی‌دادند (۴۰).

پیام پنهان فیلم (و بازی‌های) شاهزاده آلیس، این است که دختران زیبا می‌توانند با اتکا به زیبایشان، همسر فردی همچون شاهزاده شوند و به این طریق پایگاه پایین اقتصادی‌اجتماعی خویش را ناگهان به اوج پیشرفت ممکن برسانند (همان‌گونه که در بازی سیندرلا و موارد مشابه نیز چنین است) (۴۵)؛ بنابراین زیبانبودن چهرهٔ دختران، ممکن است اسباب تزلزل روانی آنان را فراهم آورد و در پاسخ به همین رویه که در عمل تداعی‌گر مردسالاری الکترونیکی است، برخی از فمینیست‌ها با نقد زن در کتاب‌های شاهزاده‌ها که بیشتر نمادی غیرمنطقی، احساساتی و تخیلاتی است، در کتاب‌های بدون نوشته‌ای که تهیه کرده‌اند، از کودکان

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

می‌خواهند که آن‌ها به هر طریقی که دوست دارند، محتوای کتاب بدون نوشتهٔ خویش را پردازش کرده و بخوانند (۴۶).

نکتهٔ مهمی که در این قسمت باید به آن اشاره داشت، آن است که احساس نارضایتی از بدن، درنتیجهٔ تغذیهٔ دائمی و مستمر کاربران از رسانه‌های مختلف نبوده، این مسئله ممکن است براثر چند برخورد ساده به‌وجود بیاید (۴۰). اثرات همین برخوردهای ساده، از عمق و پایایی شایان‌توجهی برخوردار است. کودکان کاربر بازی شاهزاده دیزنی، پس از گذشت یک - سال، اثرات رفتارهای جنسیتی‌کلیشه‌ای شاهزادهٔ دیزنی را در خودشان نشان می‌دادند (۴۷).

محققان همچنین از نظریهٔ طرح‌واره خود، مفهوم طرح‌وارهٔ ظاهری را اخذ کرده و آن را گسترش داده‌اند. طرح‌وارهٔ اخیر در کاربران مختلف ممکن است ساده یا پیچیده باشد و براثر تعامل افراد با رسانه و موارد مشابه، فعال شود (۴۰).

نظریهٔ مقایسهٔ اجتماعی نیز با طرح مواردی مانند خودسنجی، خودارتقایی و خودافزونی، امکان مقایسهٔ فرد را با دیگران فراهم آورده، فرد دست به مقایسهٔ خود با دیگران زده، از نتایج مقایسهٔ خویش نیز متأثر می‌گردد.

خانواده، عامل مؤثر دیگری در تصویر فرزند از بدن خودش است؛ به این معنا که خانواده (همچون همسالان که در ادامه از آن یاد خواهد شد)، هم می‌تواند در نقش مخرب و هم می‌تواند در نقش حامی و حمایت‌کننده از فرزند دربرابر تصویر منفی بدنی ظاهر شود (۴۰). درواقع استانداردهای خانواده می‌تواند منشأ احساس تصویر بدنی نامناسب در فرزند باشد(۳۹).

به‌همین ترتیب در پژوهشی، برخی از اولیای کودکان ۸تا۹سالهٔ مورد بررسی ، در پاسخ به سؤال‌های فرزندانشان در رابطه با بدن و تصویر بدنی آنان، به ارائهٔ پاسخ‌های نادرست مبادرت می‌کنند که این معنا در تحقق تصویر بدنی منفی کودکان مؤثر است(۴۸).

در بررسی‌ای که در سطح ۱۵۸ کودک ۷تا۱۱سالهٔ استرالیایی انجام شد، نشان داد، والدین حمایت‌کننده با ارتقای عزت‌نفس فرزندشان، می‌تواند احساس بدشکلی بدنی وی را تقلیل دهند (۴۹).

لازم به ذکر است که در خانواده، مادران اثرگذاری بیشتری بر تصویر بدنی فرزندشان دارند تا پدران (۵۰) و به‌همین ترتیب، سبک راهنمایی مادران و پدران در مقولهٔ کاهش وزن باهم متفاوت است؛ به این معنا که دربرابر مادران که بیشتر رژیم غذایی را به فرزندشان پیشنهاد می‌دهند، پدران غالباً روش‌های دیگر کاهش وزن و یافتن تناسب‌اندام، مانند ورزش‌کردن را به آن‌ها توصیه می‌کنند.

همسالان و در حد خفیف‌تری خواهر و برادران نیز در یافتن تصویر بدنی فرد مؤثرند (۴۰). نظرات انتقادی همسالان، به‌عنوان یک پیش‌بینی‌کنندهٔ قوی از نارضایتی از بدن عمل می‌کند؛ به‌همین ترتیب دخترانی که روش‌های کاهش وزن افراطی را پیشه کرده‌اند، افرادی بوده‌اند که توسط همسالانشان به‌شدت تحت‌فشار قرار داشته‌اند. پژوهش‌ها از به تمسخر گرفته شدن چاقی یا بدشکلی بدنی فرد توسط همسالان، به‌عنوان یک عامل مهم اثرگذار در احساس نارضایتی وی از بدنش یاد کرده‌اند(۵۱) ؛ اما در مواردی که دوستان (یا شریک عاشقانهٔ فرد)، نسبت‌به وزن فرد مورد نظر بی‌اعتنا بوده‌اند و حمایت اجتماعی از وی را در دستور کار خود قرار داده‌اند، به میزان قابل‌توجهی در کمک به وی برای کاهش نارضایتی بدنی از خودش، مؤثر واقع شده‌اند (۴۰).

اثرات روان‌شناختی عامل فردی است که در افزایش نارضایتی بدنی در نوجوانان و جوانان برشمرده شده است. متغیرهای روان‌شناختی نظیر خلق منفی (شامل حالات خلقی مانند افسردگی، اضطراب، خجالت، ناکارآمدی، احساس گناه و ناتوانی)، عزت‌نفس پایین، کمال‌گرایی، تکانش‌گری و مهارت‌های ناکافی سازگاری، در ارتباط با تصویر بدنی منفی مورد تأکید قرار گرفته‌اند؛ اما همان‌گونه که مناظره‌ای مداوم در مورد جهت و ماهیت علّی ویژگی روان‌شناختی و تصور بدنی منفی وجود دارد (۴۰).

در بررسی‌ای که در سطح ۱۵۸ کودک ۷تا۱۱ساله انجام شد، به این نتیجه رسیده‌اند که شاخص بالای تودهٔ بدنی کوک با عزت‌نفس وی همبستگی منفی و با احساس نارضایتی او از بدنش، رابطهٔ مثبت دارد(۴۹)؛ همچنین با توجه به آنکه نوجوانان چاق طی سه دههٔ اخیر ۷۵درصد رشد داشته‌اند و تخمین زده می‌شود که بیش از ۲۵درصد از نوجوانان درحال‌حاضر چاق هستند (۴۰)، می‌توان نتیجه گرفت که اهمیت عامل اخیر در گذر زمان، بیش‌ازپیش خواهد شد.

بلوغ نیز از دیگر عوامل مؤثر در تصویر بدنی برشمرده شده است. اگرچه بلوغ در پسران سبب می‌شود که آنان به‌سمت

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

معیارهای بدن ایدئال سوق یابند، اما در دختران چنین نیست و آنان به‌دلیل افزایش چربی بدنشان که آنان را از معیار معرفی‌شده در رسانه‌ها که زن لاغراندام است، دور می‌سازد، می‌تواند منشأ دغدغه‌های نوجوان دربارهٔ بدنش شود؛ به‌همین ترتیب با وجود آنکه بلوغ زودرس برای پسران به‌مثابهٔ امری مطلوب برشمرده می‌شود، برای دختران چنین نیست و این مسئله ضمن دامن‌زدن به نارضایتی آنان از بدنشان، اسباب کاهش عزت‌نفس و افسردگی آنان را فراهم می‌آورد (۴۰) اگرچه به‌لحاظ تاریخی، مطالعات تصویر بدنی معطوف به جامعهٔ زنان بوده است (۴۰)، باید بیان داشت، با وجود آنکه در سطح جنس مذکر، مسئلهٔ نارضایتی از بدن، به‌شدت جنس مؤنث مطرح نیست، اما پژوهش‌ها از نارضایتی قابل‌توجه پسران در مورد بدنشان نیز یاد می‌کنند (۵۲) و تأکید دارند، مردانی که در معرض تبلیغات رسانه‌ها و ارائهٔ استانداردهای مردان عضلانی آن‌ها قرار می‌گیرند، به‌طور معناداری افسرده‌تر از گروه کنترل بوده، سطح نارضایتی بالاتری از بدن خود را گزارش می‌دهند.

دربارهٔ تبعات تصویر بدنی منفی می‌توان اظهار داشت، کودکان، نوجوانان و جوانان با پیش گرفتن استراتژی‌های سالم و حتی ناسالم، در این ارتباط می‌کوشند تا به ابعاد مورد نظر یا جذابیت مورد علاقهٔ خویش دست یابند.

در بررسی‌ای روی ۴۸ کودک که در کلاس‌های اول تا سوم دبستان درس می‌خواندند، مشخص شد، این کودکان از تأثیر کمیت و کیفیت غذا روی اندازه‌های بدنی خویش آگاه‌اند، اما استراتژی‌هایی که برخی از آنان در ارتباط با دست‌یابی به اهدافشان در پیش گرفته‌اند، ناسالم و آسیب‌زاست (۵۳).

پژوهش‌ها نشان دادند، راهبردهای نامناسب برای کاهش نارضایتی بدنی، به مواردی مانند افسردگی، پریشانی عاطفی، احساس عزت‌نفس پایین، عمل جراحی‌های غیرضروری و مانند آن می‌انجامد(۴۰).

همچنین اتخاذ راهبردهای نامناسب نظیر الگوهای خوردن ناسالم و رژیم‌های غذایی شدید، ممکن است کودک، نوجوان و جوان را به‌سمت اختلال‌های جدی‌تر روان‌شناختی سوق دهد(۵۴).

در مورد برنامه‌های مداخله در امر تصویر منفی از بدن، برنامه‌های ارتقای سواد رسانه‌ای کودکان، نوجوانان و جوانان و ارتقای سطح حمایت اولیا و همسالان مطرح گردیده است (۴۰)؛ به این معنا که با گذاشتن برنامه‌هایی برای اقشار مختلف اجتماعی خاصه کودکان و جوانان می‌توان دید انتقادی لازم را در آنان نسبت‌به رسانه پدید آورد تا به‌سادگی فریب القائات آشکار و پنهان رسانه‌ها را نخورده، استانداردها و معیارهای خویش را از مراجع علمی و قابل‌قبول‌تری به‌دست بیاورند. به این ترتیب، همان‌گونه که پیش‌تر یاد شد، اولیا و همسالان حمایت‌کننده، می‌توانند اثر مثبتی در فرد داشته باشند تا وی در مواجهه با فشارهای تبلیغاتی موجود در جامعه، راه خویش را به‌درستی انتخاب کند.

با مرور اهم عوامل اثرگذار در تصویر بدنی نامناسب و تبعات و روش‌های مداخله در این اختلال، می‌توان به بررسی مقایسه‌ای ادبیات جهان با یافته‌های پژوهش حاضر پرداخت. باوجود همسویی بسیاری از یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های جهانی نظیر اثر رسانه‌ها، اولیا، دوستان و همسالان، بلوغ، افزایش وزن و برخی از عوامل روان‌شناختی، پژوهش حاضر به یافته‌های جدیدی دست یافته است که اهم آن به قرار زیر است:

منطقی (در دست نشر) گزارش می‌دهد که با فراگیرشدن رسانه‌ها و ورود کودکان به عرصهٔ فضای مجازی، در عمل اختلال‌های روانی همچون بدشکلی بدنی، افسردگی، اضطراب و نظایر آن، در سطوح سنی پایین‌تری محقق می‌گردد. وی در نمونه‌ای از احساس بدشکلی بدنی که رسانه موجد آن است، مصاحبه با ترنم سه‌ساله را به شرح زیر گزارش می‌کند:

«ترنم خانم، چه بازی‌هایی روی تبلتت داری؟
- اون نی‌نیه که حمومش می‌کنی.
- دیگه چی داری؟!
- آرایشگری.
- خودت هم آرایش رو دوست داری؟
- لژ (رژ) می‌زنه مامانم برام.
- تو توی بازیت هم رژ می‌زنی؟
- نه، موهام رو خوشگل می‌کنه.
- دوست داری تو هم موهات مثل اونا بشه؟
- نه آخه موهام آبی نیس که.
- یعنی آبی بود، شبیه اونا می‌شدی؟
- آره.
- موهای تو قشنگ‌تره یا موهای اون که آبیه؟
- موهای اون، موهای من زشتن».

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

یافتهٔ اخیر بن‌بست مورد اشارهٔ تحقیق قبلی که ذکر کردیم را می‌شکند؛ زیرا وی بیان می‌داشت، مشخص نیست رسانه موجد احساس نارضایتی از بدن در نوجوانان است یا ویژگی‌های روانی خاصی نوجوانان را به سمت‌وسوی رسانه سوق داده است؛ زیرا در کودک سه‌ساله و مانند او، دیگر فهم چندانی نسبت‌به مشکلاتی روانی که فرد را به سمت‌وسوی رسانه سوق دهد، نمی‌توان یافت. نکتهٔ اخیر متضمن تأکید مضاعف بر اهمیت رسانه در احساس نارضایتی از بدن است.

درزمینهٔ بدشکلی‌هراسی یا ترس از بدشکلی بدنی عامل اخیر در حدود دوازده‌سالگی در کودکان و نوجوانان ظاهر می‌گردد(۵۵)؛ اما یافته‌های منطقی (در دست نشر)، حکایت از آن دارد که درحال‌حاضر ترس از بدشکلی بدنی در سنین بسیار پایین‌تری رخ‌داده و شروع شده که این کاهش سن با گسترش روزافزون رسانه‌ها و سایه‌گستر شدن فضای مجازی، می‌تواند باهم دیده شود (۵۴) ، (۳۷) و (۵۳).

نکتهٔ جدید دیگر پژوهش حاضر، معرفی اثر دیگری از رسانه در نارضایتی از تصویر بدنی است؛ به این معنا که پژوهش حاضر با تأکید بر اینکه کاربری مفرط کودکان، نوجوانان و جوانان که گاه به روزی ۷تا۸ ساعت می‌رسد (۴۱)، موجبات نداشتن فعالیت کودک و درنتیجه مصرف‌نکردن کالری‌های مصرفی وی را پدید آورده و به‌تبع آن چاقی و افزایش وزن کاربر رسانه که خود به‌عنوان قوی‌ترین پیش‌بینی‌کنندهٔ نارضایتی از بدن مطرح است، می‌گردد.

در گزارش پژوهشی از اهمیت متغیرهای اجتماعی‌فرهنگی در پیش‌بینی تصویر بدن دانش‌آموزان کلاس‌های چهارم تا ششم مورد بررسی یاد شده است(۵۶). با توجه به برخی از مطالعات اجتماعی که در ایران صورت پذیرفته است (۵۷)، به شکل مشابهی می‌توان بیان داشت، با تحول ارزش‌های اجتماعی از آغاز انقلاب تا حال حاضر و سیطرهٔ ارزش‌های مادی و دنیایی بر ارزش‌های دینی، مسئلهٔ بدن در تحولات ارزشی جامعه بیش‌ازپیش پررنگ شده و به‌همین نسبت، دغدغه‌های مربوط به آن فزونی گرفته است.

گزارش‌های ارائه‌شده از دانش‌آموزان مصاحبه‌شده، به میزان قابل‌توجهی بیانگر تحولی ارزشی است که در جامعه رخ داده است.

تحول ارزشی کودکان و نوجوانان کاربر رسانه‌های جدید، از مهم‌ترین دستاوردهای پژوهش حاضر است. به این معنا که یافته‌های پژوهش کیفی حاضر، دلالت بر آن دارند که هم‌زمان با گسترش اثر رسانه، کودکان و نوجوانان کاربر رسانه (در شکل کاربری از تبلت، پلی‌استیشن، ماهواره و رایانه)، به‌تدریج تحت‌تأثیر فرهنگ خاصی که محصولات فرهنگی رسانه‌های اخیر مروّج آن هستند، قرار می‌گیرند و با تعمیق این فرهنگ که ترویج‌کنندهٔ لذت‌گرایی است، کودکان و نوجوانان کاربر در عمل از دین و دیانت که مبلغ تکلیف‌گرایی و ارزش‌مداری است، دور می‌گردند؛ به‌همین صورت، القائات سیاسی موجود در بازی‌های دیجیتال سبب می‌شوند، کودکان نسبت‌به نظام سیاسی کشورشان نیز احساس علقهٔ چندانی نکنند.

نکتهٔ دیگری که می‌توان از مقولهٔ تحول ارزشی برداشت کرد، طرح مسئلهٔ فلسفهٔ زندگی به‌مثابهٔ یکی از روش‌های مداخله در امر نارضایتی از تصویر بدنی است که تاکنون در ادبیات جهان مطرح نشده است؛ به این معنا که اگر در جهتی خلاف آنچه در مورد قبل بیان شد، پذیرش ارزش‌های لذت‌مدارانه‌ای که در فضای مجازی دامن زده می‌شود، به تضعیف دین‌مداری و معنویت‌گرایی انسان‌ها می‌انجامد؛ پس، دامن‌زدن به معنویت‌گرایی و طرح فلسفهٔ جدیدی برای زندگی، دال بر اینکه هدف اساسی هستی و زیستن آدمی، لذت‌بردن صرف نبوده، تکلیف‌گرایی و ارزش‌مداری است. به این ترتیب، با تغییر فلسفهٔ زندگی فرد و در قلمرو فلسفهٔ ارزش‌مدار، نارضایتی از بدن که در قلمرو فلسفهٔ لذت‌گرا، مسئلهٔ عمده‌ای‌ست، رنگ باخته و خودبه‌خود مسئلهٔ نارضایتی بدنی نوجوان، مرتفع می‌گردد.

تحقیقات انجام‌شده درزمینهٔ تصویر بدن و اختلالات خوردن عمدتاً روی زنان سفیدپوست متمرکز شده است. پژوهشگران اخیر گزارش می‌کنند، بررسی آنان که در سطح دختران ۹تا۱۰سالهٔ گروه‌های نژادی دیگر صورت پذیرفته است، حکایت از معیارهایی متفاوت درزمینهٔ تصویر بدن، در نژاد آنان دارد(۴۵) ؛ اما منطقی (در دست نشر)، خاطرنشان می‌سازد، با گسترش فضای مجازی و تحقق بیش‌ازپیش دهکدهٔ جهانی، دستگاه تبلیغاتی غرب به‌جد، درصدد یکسان‌سازی فرهنگ جهانی برآمده است و به‌عنوان‌مثال، اگر در عروسک‌های باربی و برتز نیز دست به تهیه و ساخت عروسک‌ها و کارتون‌های باربی و برتز سیاه‌پوست می‌زند، با این وجود فرهنگی را که برای این عروسک‌ها و کارتون‌ها تعریف می‌کند، همان فرهنگ باربی و برتز سفیدپوست امریکایی است؛ بنابراین با پیشرفت

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

فناوری‌های ارتباطی جدید و سایه‌گسترشدن فضای جهانی‌شدن، یکسان‌سازی فرهنگی که در فضای اخیر در دستور کار است، مقاومت‌های نژادی دربرابر نارضایتی بدنی را از بین برده و مسئلهٔ محدود نارضایتی بدنی در قشر سفیدپوست را به دغدغه‌ای برای تمامی نژادها بدل خواهد کرد و این مسئله نیز نمود دیگری از اهمیت بیش‌ازپیش رسانه‌ها در مقولهٔ نارضایتی بدنی به‌شمار می‌رود.

منابع

1. Mousavi S A PR, Zare-Moghaddam A, Mousavian Hejazi S A, Gomnam A. The body image in psychological perspective and theories. Rooyeshe-e-Ravanshenasi Journal. 2016;5(2):209-236 [Persian]
2. Moseley GL PT, Spence C. Visual distortion of a limb modulates the pain and swelling evoked by movement. Current Biology. 2008;18(22):1047-8.
3. Ghasemi A MM, Khankeh H R. Comparison of Body Image between Disabled Athletes, Disabled Non-Athletes and Non-Disable Non-Athletes Males. Archives of Rehabilitation. 2010;10(4):34-40. [persian]
4. Sarwer DB CC. Body image and cosmetic medical treatments. Body image. 2004;1(1):99-111.
5. Asar kashani H RR, KHalaj A. mohammadi J. Comparison of emotional nougat and body image in obese, overweight and normal weight. Health Psychology. 2012;2:70- 80. [Persian]
6. Koff E LM, Migliorini R, Grossmith S. Women and body dissatisfaction: Does sexual orientation make a difference? Body Image. 2010;30(4):1-4.
7. Caqueo-Urizar A F-GM, Toro J, Gutierrez-Maldonado J, Penaloza C, Cuadros-Sosa Y, Galvez-Madrid MJ. Associations between sociocultural pressures to be thin, body distress, and eating disorder symptomatology among Chilean adolescent girls. Body Image. 2011;8(1):78-81.
8. Chen H JT. Are cognitive biases associated with body image concerns similar between cultures? Body Image. 2005;2(2):177-86.
9. Tiggemann M SA. Contemporary girlhood: Maternal reports on sexualized behaviour and appearance concern in 4–10 year-old girls. Body image. 2014;11(4):396-403.
10. Swami V C-PT. Factor structure of the Body Appreciation Scale among Malaysian women. Body Image. 2008;5(4):409-13.
11. Yazdkhasti B ApS, Keikhai E. Public Sphere and Dialogue in Social Networks (The Study of the Effect of Virtual Social Networks on Cross-cultural Dialogues) Culture communication studies. 2013;14(21):81-101. [Persian]
12. Tavana M H, S. Perplexity of Subjective Identity in Virtual Meta-Territorial Space: A Critical Analysis. ISMC. 2015;5(9):15-36.
13. Rabiei A MF. Cyberspace Pathology, The Impact of Internet Use on Students' Social Exclusion. Socio-cultural strategy Journal. 2013;2(3):48-60 [Persian]
14. mottaghi S sS. Psychometric properties of Internet abusive use questionnaire. Journal of Research in Psychological Health. 2017;11(2):92-102 [Persian]
15. Iranmehr M GZ. A qualitative research: The Study of Effective Factors on the students Optimism about the educational system (Studied; Shahid Fahmideh male highschool students in Tehran). Counseling Culture and Psycotherapy. 2016;7(27):105-26. [Persian]
16. N SR, . Overweight in Turkish children: The parent's perception. Retrieved from http://dspacelibraryuunl/handle/1874/252469. 2011.
17. Veldhuis J tPF, Pepping R, Konijn EA, Spekman ML. Skinny is prettier and normal: I want to be normal"—Perceived body image of non-Western ethnic minority children in the Netherlands. Body image. 2017;20:74-86.
18. Evans EH TM, Boothroyd LG, Drewett RF. Body dissatisfaction and disordered eating attitudes in 7-to 11-year-old girls: Testing a sociocultural model. Body Image. 2013;10(1):8-15.
19. Kajbaf M NA, As'adi S. Comparing religious attitude and religious faith strength among girl pupils and students of Isfahan. Journal Management System. 2009;2(3):97-111 .[persian]
20. W C. Theories of Development: Concepts and Applications Translator, Rajai, A & Khoinezhad, G (2017) Roshd Publication Tehran Iran. 1998. [Persian]
21. Pourmohseni Koluri F SS. The Comparison of Self-concept, maladaptive schema and emotional processing in people with and without cosmetic surgery Rooyeshe-e-Ravanshenasi Journal 2016;5(2):165-86 [Persian]
22. Khazir Z DT, Mahmoodi M. Attitude of female medical students towards cosmetic surgery and its relation with body image. Razi Journal Od Medical science ۹-۱:(۱۱۷)۲۰;۲۰۱٤ .[Persian]
23. Annis NM CT, Hrabosky JI. Body image and psychosocial differences among stable average weight, currently overweight, and formerly overweight women: the role of stigmatizing experiences. Body image. 2004;1(2):67-155.
24. Eshun S GR. Culture and mental health: Sociocultural influences, theory, and practice. John Wiley & Sons. 2009.
25. Samsam Shariat M AH, Kamkar M . , 0(32), 90-120.(Persian). The Comparison of Common and Expert Peopleâ€ ™s Opinions About the Related Factors on the Effectiveness of Commercial Advertisement. Knowledge & Research in Applied Psychology. 2007;0(32):90-120 . [Persian]
26. Farokhnia R LA. The Effects of Cyber space on Tendency to fashion. Quarterly Journal Of Iranian

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]

43. Derenne JL BE. Body image, media, and eating disorders. Acad Psychiatry. 2006;30(3):257-61.
44. Dohnt HK TM. Body image concerns in young girls: The role of peers and media prior to adolescence. J Youth Adolesc. 2006;35(2):135-45.
45. DeLeel ML HT, Miller JA, Hipwell A, Theodore LA. Prevalence of eating disturbance and body image dissatisfaction in young girls: An examination of the variance across racial and socioeconomic groups. Psychol Sch. 2009;46(8):765-75.
46. AW T. Transgression in the gender representation in MacDonald's princess books. Int J Early Child. 2007;39(2):11.
47. Coyne SM LJ, Rasmussen EE, Nelson DA, Birkbeck V. . Pretty as a princess: Longitudinal effects of engagement with Disney princesses on gender stereotypes, body esteem, and prosocial behavior in children. Child Dev. 2016;87(6):1909-25.
48. Humberstone B SI. Health,(body) image, and primary schooling:'Why do they have to be a certain weight? Sport Educ Soc. 2011;16(4):431-49.
49. Taylor A WC, Slater A, Mohr P. elf-esteem and body dissatisfaction in young children: Associations with weight and perceived parenting style. Clin Psychol. 2012;16(1):25-35.
50. McCabe M RL. A Longitudinal Study of Body Image and Strategies to Lose Weight and Increase Muscles among Children. J Appl Dev Psychol. 2005;26:559-557.
51. Fox CL FC. Global and physical self-esteem and body dissatisfaction as mediators of the relationship between weight status and being a victim of bullying. J Adolesc. 2009;32(5):1287-301.
52. Kostanski M FA, Gullone E. Current conceptualisation of body image dissatisfaction: have we got it wrong? Journal of child Psychology and Psychiatry. 2004;45(7):1317-1325.
53. Xu T NJ. Investigating Young Children's Perceptions of Body Size and Healthy Habits. Early Child Educ J. 2017;45(4):499-507.
54. KM S-A. Body image dissatisfaction and eating disturbances among children and adolescents: Prevalence, risk factors, and prevention strategies. Afr J Phys Health Educ Recreat Dance. 2006;77(1):45-51.
55. P D. Developmental psychpatology. Tehran: Jarf 1990. [Persian]
56. Clark L TM. ociocultural and individual psychological predictors of body image in young girls: a prospective study. Dev Psychol. 2008;44(4):11-24.
57. F R. Development & conflict. Tehran: Shahid Beheshti university press. 1994. [Persian]
Association For Cultural Studies & Communication. 2011;7(22):92-115 . [Persian]
27. K K. Religious Socialization in the Information Society. Shi'ite Studies. 2006;16:20-35 . [Persian]
28. Bazrafshan J RI. A Survey on the Effect of Cyber Media on the Rural Youths' religious Behaviour of Balarokh from Torbat- Heydariyeh. JEPS. 2004;10(17):1-22 . [Persian]
29. Fayaz I aZ. Pathologic study of irrational beliefs of students. Journal Management system. 2008;1(4):99-117 . [Persian]
30.)Persian). MM. Iranian chat rooms, youth and parents. Iranian Student Book. Agency. Tehran, Iran. 2009. [Persian]
31. V K. Evaluating the Psychological Methods of Teaching Self-confidence in Stories of Iranian Children's Stories. Islamic Azad University Scientific Journal Database. 2016;9(33):137- 58 . [Persian]
32. Capaldi DM SM. Co-occurrence of conduct problems and depressive symptoms in early adolescent boys: prediction to young- adult adjustment. Dev Psychopathol. 2011;11(1):59-84.
33. Hashemianfar A AS, Aghababai A. Relationship between the role of modernization and the non-compliance of the ratio of the use of cosmetics for girls from the student's point of view. Woman and Family Studies. 2015;2(2):147-71 . [Persian]
34. Kiani M MF. Socio-economic factors influencing cosmetic products use by females under 20 years old in Yazdanshahr NajafAbad Journal Of Dermatologhy and Costemic. 2013;3(1):1-9. [Persian]
35. Baumer DL EJ, Evers PS. Tit for tat in cyberspace: Consumer and website responses to anarchy in the market for personal information. NCJL &Tech. 2002;4:216-74.
36. Hendy HM GC, Leitzel-Schwalm J. Social cognitive predictors of body image in preschool children. Sex Roles. 2001;44(9):557-69.
37. Hayes S TDS. m I too fat to be a princess? Examining the effects of popular children's media on young girls' body image. Br J Dev Psychol. 2010;28(2):413-26.
38. Springer SI LD. ating Issues and Body Image in Elementary School: Detection and Prevention Strategies for School Counselors. JSC. 2016;14(2):2-37.
39. Grosick TL T-JC, Myers MJ, Angelo R. Assessing the landscape: Body image values and attitudes among middle school boys and girls. Am J Health Educ. 2013;44(1):41-52.
40. R L. Adolescents, media and the law. London: Oxford press. 2005.
41. M M. school students how to use the mobile in social networking areas. Tehran: Association of parents & educators. 2015. [Persian]
42. M M. Interview with preschool children about the use of mobile in social networking areas. [Persian]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.20080166.1396.11.3.7.3]
[DOI: 10.29252/rph.11.3.62]