



The Impact of Social Media Use Culture on Sexual Satisfaction and Emotional Divorce among Married Women with the Mediating Role of Body Image and Gender Role Expectations

Mohammad Reza Heshmati^{1*}

1. PhD student in Sociology, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Kashan University, Kashan, Iran.

Citation: Heshmati, M. (2025). The impact of social media use culture on sexual satisfaction and emotional divorce among married women with the mediating role of body image and gender role expectations. *Journal of Woman Cultural Psychology*, 16(65), 73-88.

<https://doi.org/10.82542/jwc.2025.1211355>

ARTICLE INFO

Received: 15.06.2025

Accepted: 21.08.2025

Corresponding Author:

Mohammad Reza Heshmati

Email:

Rezaheshmaty1037@gmail.com

Keywords:

Cultural use of social media

Sexual satisfaction

Emotional divorce

Body image

Gender role expectations.

Abstract

The present study aimed to investigate the impact of social media use culture on sexual satisfaction and emotional divorce, with the mediating role of body image and gender role expectations among married women in Tehran. The statistical population comprised all married women living in various districts of Tehran, from whom 384 participants were selected through convenient sampling procedure. This research was a descriptive-correlational design based on structural equation modeling (PLS-SEM). Data were collected using standardized questionnaires including Social Media Use Integration Scale (Jenkins-(Guarnieri, Wright, & Johnson, 2013), Body Appreciation Scale-2 (Tylka & Wood-Barcalow, 2015), Gender Role Expectations Questionnaire (Bem, 1974), Index of Sexual Satisfaction (Hudson, 1992), and Emotional Divorce Scale (Gottman, 1994). Path analysis and Sobel test results indicated that the cultural use of social media had significant direct and indirect impacts on sexual satisfaction and emotional divorce. Furthermore, higher engagement with social media was associated with a more negative body image and reinforced stereotypical gender expectations, which in turn were significantly related to lower sexual satisfaction and higher emotional divorce. These findings suggested that media culture could weaken marital relationship quality through the internalization of unrealistic ideals. The final model demonstrated acceptable goodness-of-fit indices.



Extended abstract

Introduction: In contemporary society, the rapid growth of social media has transformed communication patterns, lifestyle choices, and interpersonal relationships. In the Iranian cultural context, where family and marital bonds are considered fundamental social values, the influence of media content on marital dynamics is particularly significant. Social media platforms often propagate idealized beauty standards and stereotypical gender roles, which may shape individuals' perceptions of themselves and their relationships. This internalization could affect marital satisfaction and stability, potentially contributing to emotional divorce. Body image dissatisfaction and rigid gender role expectations have been identified as key psychosocial mechanisms linking media utilizing with marital outcomes. Accordingly, the present study aimed to investigate the impact of the social media use cultural on sexual satisfaction and emotional divorce, with the mediating roles of body image and gender role expectations, among married women in Tehran.

Method: The statistical population consisted of all married women living in various districts of Tehran. Implementing a convenient sampling procedure, 384 participants were selected as the sample of the research. The research design was descriptive-correlational, applying the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. Data were collected through standardized questionnaires, including the Social Media Use Integration Scale (Jenkins-(Guarnieri, Wright, & Johnson, 2013), Body Appreciation Scale-2 (Tylka & Wood-Barcalow, 2015), Gender Role Expectations Questionnaire (Bem, 1974), Index of Sexual Satisfaction (Hudson, 1992), and Emotional Divorce Scale (Gottman, 1994). Statistical analyses included path analysis and Sobel's mediation test were performed using SmartPLS and SPSS software.

Results: The findings revealed that the cultural use of social media had significant direct and indirect impacts on sexual satisfaction and emotional divorce. Specifically, greater cultural engagement with social media was associated with a more negative body image and reinforced stereotypical gender role expectations. In turn, negative body image was significantly related to reduced sexual satisfaction, while rigid gender role expectations were related both to lower sexual satisfaction and higher emotional divorce. The mediating roles of body image and gender role expectations were statistically confirmed by Sobel's test. The final structural model demonstrated acceptable goodness-of-fit indices.

Conclusions: The results indicated that social media culture influences marital relationships not only directly but also indirectly through psychological and socio-cultural mediators. By perpetuating unrealistic ideals of physical appearance and reinforcing traditional gender role stereotypes, social media use could undermine sexual satisfaction and increase the risk of emotional divorce. These findings aligned with theoretical frameworks such as Festinger's Social Comparison Theory (1954) and Bandura's Social Learning Theory (1977), highlighting how repeated exposure to idealized media portrayals could reshape personal and relational expectations. Practically, the results underscored the need for marital counseling and educational interventions focused on media literacy, enabling couples to critically evaluate media content and resist internalizing harmful norms. Furthermore, policymakers should address cultural representations in media to promote healthier gender roles and relationship ideals.



Authors' Contributions: Mohammad Reza Heshmati: Conducted the study design, data collection, data analysis, and wrote the introduction, method, and findings. And also wrote the discussion and conclusion sections, and performed editing and refinement of the manuscript. And reviewed and approved the final version.

Acknowledgments: The author wishes to express sincere appreciation to all individuals who participated in and contributed to the completion of this research.

Conflict of Interest: The author declares that there is no conflict of interest regarding the publication of this article.

Funding: This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, nor non-profit sectors.





تأثیر فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر رضایت جنسی و طلاق عاطفی با نقش میانجی تصویر بدن و انتظارات جنسیتی در زنان متأهل

محمد رضا حشمتی*^{ID}

۱. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر، تعیین تأثیر فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر رضایت جنسی و طلاق عاطفی با نقش میانجی تصویر بدن و انتظارات جنسیتی در زنان متأهل شهر تهران بود. جامعه آماری شامل تمامی زنان متأهل ساکن مناطق مختلف تهران بود که از میان آن‌ها ۳۵۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری (PLS-SEM) بود. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه‌های استاندارد مقیاس یکپارچه استفاده از رسانه‌های اجتماعی (جنکینس-گوارنیر، رایت و جانسون ۲۰۱۳)، مقیاس ادراک بدن (تایلکا و وود-بارکالو ۲۰۱۵)، پرسشنامه انتظارات جنسیتی بم (۱۹۷۴)، شاخص رضایت جنسی هودسون (۱۹۹۲) و مقیاس طلاق عاطفی گاتمن (۱۹۹۴) بود. نتایج تحلیل مسیر و آزمون سوبل نشان داد که فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر رضایت جنسی و طلاق عاطفی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم معنادار دارد. هم‌چنین، استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی با افزایش تصویر بدنی منفی و تقویت انتظارات جنسیتی کلیشه‌ای همراه بود که به ترتیب با کاهش رضایت جنسی و افزایش طلاق عاطفی رابطه معنادار بود. یافته‌ها حاکی از آن است که فرهنگ رسانه‌ای می‌تواند از طریق درونی‌سازی الگوهای غیرواقع‌گرایانه، کیفیت روابط زناشویی را تضعیف کند. مدل نهایی از شاخص‌های برازندگی مطلوبی برخوردار بود.

کلیدواژه‌گان: فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی، رضایت جنسی، طلاق عاطفی، تصویر بدن، انتظارات جنسیتی.

مقدمه

در بافت فرهنگی (cultural) ایران، خانواده به‌عنوان هسته اصلی جامعه نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به روابط زناشویی ایفا می‌کند و زنان متأهل هم‌زمان تحت تأثیر هنجارهای فرهنگی و تحولات رسانه‌ای قرار می‌گیرند که می‌تواند الگوهای نقش و انتظارات را بازتعریف کند (Hajihedari & Pourshahriari, 2024). رشد پلتفرم‌های اجتماعی در دهه اخیر، شیوه‌های ارتباط، بازنمایی هویت و تعاملات جنسیتی را دگرگون ساخته و فشارهای ظاهری و کلیشه‌های نقش جنسیتی را در فضای آنلاین برجسته‌تر کرده است (Aran-Ramsrott et al., 2024). از منظر جامعه‌شناختی، افزایش مصرف رسانه‌های نوین با ابعاد مختلف سلامت روان زنان متأهل پیوند دارد و می‌تواند کیفیت روابط عاطفی و کارکرد خانوادگی را تحت تأثیر قرار دهد (Zhou et al., 2023). در سطح روان‌شناختی، مواجهه مداوم با تصاویر آرمانی در شبکه‌های اجتماعی (social media) مسیرهای مقایسه اجتماعی و درونی‌سازی ایده‌آل‌های غیرواقعی را فعال می‌کند که پیامدهای مهمی برای روابط زناشویی دارد (Sanzari et al., 2023). هم‌چنین تصویر بدن (body image)، به‌عنوان ادراک و نگرش فرد نسبت به ظاهر خود، یکی از متغیرهای کلیدی در این زمینه است و پژوهش‌های اخیر پیوند آن را با سلامت روان و کیفیت رابطه تأیید کرده‌اند (Fitzpatrick et al., 2024). یافته‌ها نشان می‌دهد که زنان نسبت به محتوا در شبکه‌های اجتماعی حساس‌تر بوده و خودانتقادی بیشتری تجربه می‌کنند که می‌تواند به نارضایتی از تصویر بدن منجر شود (Ladwig et al., 2024).

انتظارات جنسیتی (gender expectations) نیز در بستر شبکه‌های اجتماعی بازتولید یا به چالش کشیده می‌شود و تفاوت‌های جنسیتی در الگوهای ارتباطی آنلاین می‌تواند به پیامدهای رابطه‌ای متفاوت منجر گردد (Zibin et al., 2025). نظریه مقایسه اجتماعی (Festinger (1954) و نظریه یادگیری اجتماعی (Bandura (1997) تبیین می‌کنند چگونه مشاهده مستقیم‌بازنمایی‌های رسانه‌ای می‌تواند هنجارها و انتظارات جنسیتی را بازتعریف کند و تحقیق انجام شده (Vandenbosch & Eggermont (2015) نیز تأکید می‌کند بازنمایی‌های رسانه‌ای می‌تواند استانداردهای زیبایی غیرواقعی و نقش‌های کلیشه‌ای جنسیتی را بازتولید نماید. در سال‌های اخیر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به یکی از عوامل کلیدی در شکل‌گیری نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن در میان دختران پیش‌نوجوان تبدیل شده‌اند. یافته‌های پژوهش (Tiggemann & Slater (2014) نشان می‌دهد که میزان استفاده از اینترنت با افزایش نارضایتی از بدن و حساسیت نسبت به ظاهر در این گروه سنی ارتباط دارد. (Boniel Boniel-Nissim et al., (2024) در نوجوانان ۱۱ تا ۱۵ ساله از ۴۲ کشور نشان داد که استفاده گسترده یا مشکل‌ساز از شبکه‌های اجتماعی، با تصویر بدنی منفی و ناسازگاری در درک وزن واقعی بدن همراه است - مخصوصاً در بین دختران. این یافته‌ها بر ضرورت توجه به الگوهای مصرف رسانه‌ای در تدوین تدابیر پیشگیرانه و آموزشی برای کاهش مخاطرات تصویر بدن تأکید دارد. طی پژوهشی نیز (Gesselman et al., (2024) نشان داد که بخشی از کاربران (۱۲٪) از طریق تعاملات در پلتفرم‌های وب کم جنسی، درباره اهمیت آگاهی و احترام به تمایلات شریک جنسی چیزهای جدیدی آموخته‌اند. این نتایج تأکید می‌کند که فناوری‌های دیجیتال نوظهور می‌توانند حتی در محیط‌های غیرآموزشی، به شکل مؤثری به ارتقای دانش جنسی و مفاهیم رضایت کمک کنند.

مرور نظام‌مند (Dane et al. (2023) که شامل ۵۰ مطالعه از ۱۷ کشور بود، نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌طور معناداری با نارضایتی بدنی و پیامدهای روان‌شناختی منفی مرتبط است. این رابطه از طریق فرایندهایی همچون مقایسه اجتماعی، درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری و خودشناسی‌انگاری توضیح داده می‌شود. در ایران، طلاق عاطفی به‌عنوان شاخص کاهش صمیمیت زناشویی مورد توجه است و متغیرهای رسانه‌ای و فرهنگی در شکل‌گیری آن نقش دارند (Sadeghzadeh et al., 2023). پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که استفاده افراطی از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با کاهش صمیمیت و افزایش فاصله عاطفی میان همسران مرتبط است (Latifian et al., 2024). هم‌چنین مطالعات کیفی بیانگر آن است که نارضایتی زناشویی زنان ایرانی ریشه در ترکیب عوامل فرهنگی، نقش‌های جنسیتی و فشارهای اجتماعی دارد که به‌طور مستقیم بر تجربه رابطه اثر با این حال، برخی مطالعات تأکید کرده‌اند که اثر رسانه بر روابط زناشویی وابسته به زمینه فرهنگی و نحوه استفاده است و همیشه

یک اثر منفی ثابت مشاهده نمی‌شود (Sharifi et al., 2024). در حوزه سلامت جنسی، شواهد بالینی نشان داده‌اند که تغییرات در تصویر بدن رابطه معناداری با رضایت جنسی زنان دارد. مرورهای نظام‌مند نیز حاکی از آن است که مداخلات سواد رسانه‌ای می‌توانند زنجیره «مصرف رسانه (Media consumption) ← نگرانی بدنی (Somatic anxiety)» را تضعیف کنند و به‌طور غیرمستقیم پیامدهای مثبت‌تری در روابط ایجاد نمایند (Boniel-Nissim et al., 2024). پژوهش Fardouly et al. (2015) نشان داد که مقایسه‌های اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه فیسبوک، نگرانی نسبت به تصویر بدن را در زنان جوان افزایش می‌دهد و بر خلق‌وخو اثر منفی می‌گذارد. این یافته‌ها بیانگر آن است که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری نارضایتی بدنی و پیامدهای روان‌شناختی مرتبط داشته باشند. تحقیقات زوجی در ایران نیز تأیید می‌کند که متغیرهایی مانند رضایت جنسی و انتظارات زناشویی با کیفیت زندگی مشترک و ثبات رابطه ارتباط مستقیم دارند. به‌طور کلی، شواهد اخیر نشان می‌دهد که فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی با تصویر بدن و انتظارات جنسیتی پیوند دارد و این دو متغیر می‌توانند نقش میانجی در ارتباط میان مصرف رسانه و پیامدهای زناشویی مانند رضایت جنسی و طلاق عاطفی ایفا کنند (Eslami et al., 2020). با توجه به مطالب ارایه شده، هدف پژوهش حاضر، تاثیر فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر رضایت جنسی و طلاق عاطفی با نقش میانجی تصویر بدن و انتظارات جنسیتی در زنان متأهل شهر تهران بود.

روش

روش پژوهش، جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (PLS-SEM) بود. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی زنان متأهل ساکن شهر تهران بود که حداقل یک سال از زندگی مشترک آنان گذشته و در بازه سنی ۲۰ تا ۴۵ سال قرار داشتند. نمونه پژوهش ۳۵۰ نفر بود که به روش در دسترس انتخاب شدند.

روش اجرا

پس از اخذ مجوزهای لازم، پرسشنامه‌های استاندارد پژوهش به‌صورت آنلاین طراحی و از طریق شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های مجازی منتشر شد. در ابتدای پرسشنامه، شرایط ورود به مطالعه ذکر شده بود و تنها زنان متأهل واجد شرایط اجازه ادامه پاسخ‌گویی داشتند. شرکت‌کنندگان پس از مطالعه توضیحات و اعلام رضایت آگاهانه، پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند. سپس بعد از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و داده‌ها از تحلیل معادلات ساختاری (PLS-SEM) استفاده شد.

ابزار سنجش

پرسشنامه فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی (Culture of Using Social Media): برای سنجش فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی از نسخه فارسی شده استفاده از رسانه‌های اجتماعی (Social Media Use Integration Scale) که توسط Jenkins-Guarnieri et al. (2013) ایجاد شده است استفاده شد. این مقیاس ۱۰ گویه دارد و دو بعد یکپارچگی با زندگی روزمره و وابستگی عاطفی را می‌سنجد. پاسخ‌ها در مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) نمره‌گذاری شد. پایایی نسخه فارسی این ابزار با آلفای کرونباخ ۰/۸۷ و روایی محتوایی مطلوب گزارش شده است. در پژوهش حاضر، آلفای کرونباخ برای کل مقیاس برابر با ۰/۸۵ محاسبه گردید.

تصویر بدن (Body Image): مقیاس تصویر بدن - نسخه دوم (Body Image Scale-2; Tylka & Wood-Bar) شامل ۱۰ گویه است که بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) (calow, 2015) نمره‌گذاری می‌شود. نسخه فارسی این ابزار توسط Salehi et al. (2018) اعتباریابی گردیده و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ گزارش شده است. در پژوهش حاضر نیز ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزار است. اعتبار ساختاری آن نیز توسط پژوهش‌های متعددی تأیید شده است. روایی مفهومی ابزار



با زمینه فرهنگی ایران نیز هم‌راستا است.

پرسشنامه انتظارات جنسیتی (Gender Expectations Questionnaire): با استفاده از پرسشنامه Gender Role Expectations Questionnaire (Bem, 1974) سنجیده شد. این مقیاس ۱۲ گویه دارد که نگرش به نقش‌های سنتی و برابری جنسیتی را ارزیابی می‌کند. نسخه فارسی توسط Rezaei et al. (2016) بومی‌سازی و پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۸۲ گزارش شده است. در پژوهش حاضر، آلفای کرونباخ ۰/۸۰ محاسبه گردید. و روایی آن نیز از طریق ترجمه و بومی‌سازی محتوایی مناسب تأیید شده است و مشخص شده است مقیاس به خوبی نگرش به نقش‌های سنتی و برابری جنسیتی را منعکس می‌کند.

مقیاس رضایت جنسی (Sexual Satisfaction Scale): با استفاده از Hudson, (1992) اندازه‌گیری شد. این مقیاس ۲۵ گویه دارد و پاسخ‌ها در طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای نمره‌گذاری می‌شود. نسخه فارسی توسط Shamlou et al. (2013) ترجمه و پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۸۹ گزارش شده است. در این پژوهش، آلفای کرونباخ ۰/۸۷ به دست آمد. و روایی آن نیز از طریق کاربردهای گسترده در مطالعات زوجین تثبیت شده است. گویه‌های این ابزار، ابعاد عاطفی و روانی رضایت جنسی را به‌درستی پوشش می‌دهند.

مقیاس طلاق عاطفی (Emotional Divorce Scale): این مقیاس توسط Gottman & Silver (1994) استفاده شد. این ابزار شامل ۱۵ گویه است که میزان گسست عاطفی زوجین را ارزیابی می‌کند. نسخه فارسی مقیاس طلاق عاطفی توسط Momeni & Azadifard (2016) بررسی شد و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ گزارش شده است. در پژوهش حاضر، آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۱ محاسبه گردید. و ساختار مفهومی آن بر اساس مدل گاتمن اعتبار نظری لازم را دارد. روایی تجربی آن نیز در مطالعات داخلی تأیید شده است.

یافته‌ها

در این بخش با بهره‌گیری از آزمون‌های همبستگی، روایی و پایایی، مدل‌یابی معادلات ساختاری و آزمون سوبل، روابط بین متغیرهای اصلی پژوهش بررسی شد. نتایج نشان داد فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق تصویر بدن و انتظارات جنسیتی بر رضایت جنسی و طلاق عاطفی اثرگذار است.

Table 1.
Correlation Matrix between the Main Variables of the Study: Cultural Use of Social Media, Body Image, Gender Role Expectations, Sexual Satisfaction, and Emotional Divorce

Variables	Cultural Use of Social Media	Body Image	Gender Role Expectations	Sexual Satisfaction	Emotional Divorce
Cultural Use of Social Media	1.000				
Body Image	-0.726**	1.000			
Gender Role Expectations	-0.653**	0.836**	1.000		
Sexual Satisfaction	0.629**	-0.810**	-0.851**	1.000	

Emotional Divorce	-0.560**	0.699**	0.791**	-0.808**	1.000
-------------------	----------	---------	---------	----------	-------

یافته‌های جدول همبستگی نشان می‌دهد که فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی با متغیرهای تصویر بدن، انتظارات جنسیتی، رضایت جنسی و طلاق عاطفی رابطه معناداری دارد. رابطه منفی بین فرهنگ استفاده از رسانه‌ها با تصویر بدن ($r = -0.726$) و انتظارات جنسیتی ($r = -0.653$) نشان می‌دهد که هرچه میزان درک و آگاهی فرهنگی افراد از رسانه‌ها بالاتر باشد، نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن و انتظارات کلیشه‌ای جنسیتی کاهش می‌یابد. هم‌چنین، فرهنگ استفاده مثبت از رسانه‌ها با رضایت جنسی رابطه مثبت دارد ($r = -0.629$) و با طلاق عاطفی رابطه منفی ($r = -0.560$) دارد؛ به این معنا که استفاده آگاهانه و انتقادی از رسانه‌ها می‌تواند کیفیت روابط جنسی را بهبود بخشد و از بروز فاصله عاطفی میان زوجین بکاهد. این روابط نشان‌دهنده نقش واسطه‌ای تصویر بدن و انتظارات جنسیتی در پیوند میان فرهنگ رسانه‌ای و پایداری روابط زناشویی است.

Table 2.
Reliability and Convergent Validity Results of the Research Variables

Variable	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
Cultural Use of Social Media	0.927	0.943	0.734
Gender Role Expectations	0.944	0.952	0.622
Body Image	0.937	0.947	0.643
Sexual Satisfaction	0.942	0.950	0.656
Emotional Divorce	0.929	0.939	0.508

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که ابزارهای مورد استفاده در پژوهش از پایایی بسیار بالایی برخوردار هستند. مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی مرکب (CR) برای تمامی متغیرها بالاتر از آستانه مطلوب ۰/۷۰۰ بوده و در محدوده ۰/۹۲۷ تا ۰/۹۵۲ قرار دارد که نشان‌دهنده انسجام درونی مطلوب گویه‌هاست. هم‌چنین، مقادیر AVE برای چهار متغیر پژوهش بالاتر از مقدار معیار ۰/۵۰ گزارش شده است، که نشان‌دهنده روایی همگرایی قابل قبول در مدل اندازه‌گیری است. تنها AVE مربوط به طلاق عاطفی (۰/۵۰۸) در مرز پایین‌پذیر قرار دارد، اما همچنان از نظر استانداردهای Fornell و Larcker پذیرفتنی است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری از نظر آماری معتبر بوده و قابلیت تحلیل‌های ساختاری بعدی را داراست.

Table 3.
Discriminant Validity Matrix of the Study Variables Based on the Fornell-Larcker Criterion

Variable	Cultural Use of Social Media	Gender Role Expectations	Body Image	Sexual Satisfaction	Emotional Divorce
Cultural Use of Social Media	0.856				
Gender Role Expectations	0.654	0.802			
Body Image	0.738	0.789	0.836		



Sexual Satisfaction	-0.631	0.810	-0.810	-0.852	
Emotional Divorce	0.571	0.801	0.710	0.713	-0.820

نتایج جدول اصلاح شده بر اساس معیار Fornell-Larcker نشان می‌دهد که مقادیر ریشه AVE در قطر اصلی ماتریس (مانند ۰/۸۵۶ برای فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی، ۰/۸۰۲ برای انتظارات جنسیتی، ۰/۸۳۶ برای تصویر بدن، ۰/۸۵۲ برای رضایت جنسی و ۰/۸۲۰ برای طلاق عاطفی) به طور کلی بزرگ‌تر از ضرایب همبستگی بین متغیرها هستند. این یافته بیانگر آن است که هر سازه بیشترین همبستگی را با شاخص‌های درونی خود دارد و از سایر سازه‌ها متمایز است. به عنوان نمونه، مقدار ۰/۸۳۶ برای «تصویر بدن» بزرگ‌تر از همه همبستگی‌های آن با متغیرهای دیگر (بیشترین همبستگی ۰/۸۱۰) است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل پژوهش از روایی واگرایی قابل قبول برخوردار بوده و تفکیک پذیری سازه‌ها مورد تأیید است.

Table 4.

Structural Model Path Coefficients, Standard Errors, t-Values, and Significance Levels

Path	Standardized Coefficient (β)	Standard Error (SE)	t-Value	p-Value
Gender Role Expectations → Sexual Satisfaction	-0.302	0.002	3.406	0.001
Gender Role Expectations → Emotional Divorce	0.746	0.076	9.868	0.001
Body Image → Sexual Satisfaction	-0.301	0.051	3.614	0.001
Emotional Divorce → Sexual Satisfaction	-0.303	0.041	7.389	0.001
Cultural Use of Social Media → Gender Role Expectations	-0.654	0.042	15.734	0.001
Cultural Use of Social Media → Body Image	-0.742	0.022	33.809	0.001
Cultural Use of Social Media → Sexual Satisfaction	0.302	0.051	3.431	0.001
Cultural Use of Social Media → Emotional Divorce	-0.380	0.083	3.965	0.001

بر اساس نتایج جدول ۴، تمامی مسیرهای ساختاری مدل پژوهش معنادار هستند و با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۱ فرضیات مربوطه تأیید می‌شوند. در این میان، انتظارات جنسیتی با ضریب استاندارد شده ۰/۷۴۶ بیشترین تأثیر مثبت و معنادار را بر طلاق عاطفی دارد. به این معنی که با افزایش انتظارات جنسیتی، طلاق عاطفی نیز افزایش می‌یابد. هم‌چنین، فرهنگ استفاده از رسانه با ضریب ۰/۷۴۲- بیشترین تأثیر منفی را بر تصویر بدنی دارد. این امر نشان می‌دهد که هرچه فرهنگ استفاده از رسانه در یک فرد سالم‌تر باشد، تصویر بدنی وی بهبود می‌یابد. علاوه بر این، فرهنگ استفاده از رسانه با ضریب ۰/۶۵۴- تأثیر منفی قابل توجهی بر انتظارات جنسیتی دارد، که نشانگر کاهش انتظارات جنسیتی با بهبود فرهنگ استفاده از رسانه است. مسیرهای انتظارات جنسیتی ← رضایت جنسی و تصویر بدنی ← رضایت جنسی نیز با ضرایب منفی به ترتیب ۰/۳۰۲- و ۰/۳۰۱- معنادار هستند، که حاکی از آن است که افزایش انتظارات جنسیتی و بهبود تصویر بدنی با کاهش رضایت جنسی همراه است. در نهایت، طلاق عاطفی ← رضایت جنسی با ضریب منفی ۰/۳۰۳- تأثیر معناداری بر کاهش رضایت جنسی دارد و فرهنگ استفاده از

رسانه ← رضایت جنسی با ضریب مثبت ۰/۳۰۲ / نشان‌دهنده تأثیر مثبت این متغیر بر رضایت جنسی است.

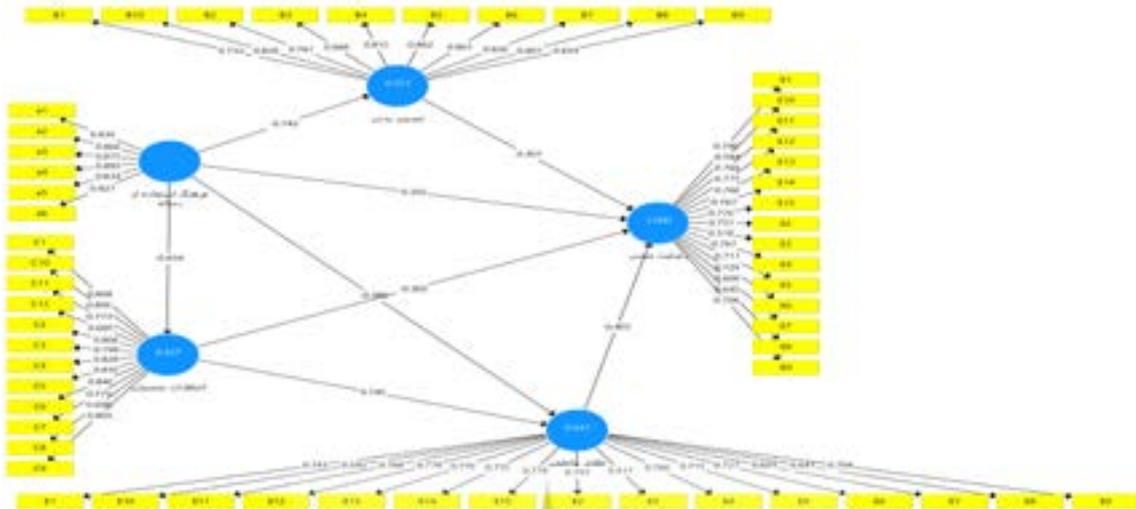


Figure 1. Structural Equation Model of the Effect of Cultural Use of Social Media on Sexual Satisfaction and Emotional Divorce with the Mediating Role of Body Image and Gender Role Expectations (Standardized Coefficients)

نمودار بالا ساختار مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم میان متغیرهای پژوهش را بر اساس تحلیل مدل معادلات ساختاری نمایش می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی از طریق تأثیر مثبت بر تصویر بدن و انتظارات جنسی، به صورت غیرمستقیم با کاهش رضایت جنسی و افزایش طلاق عاطفی مرتبط است.

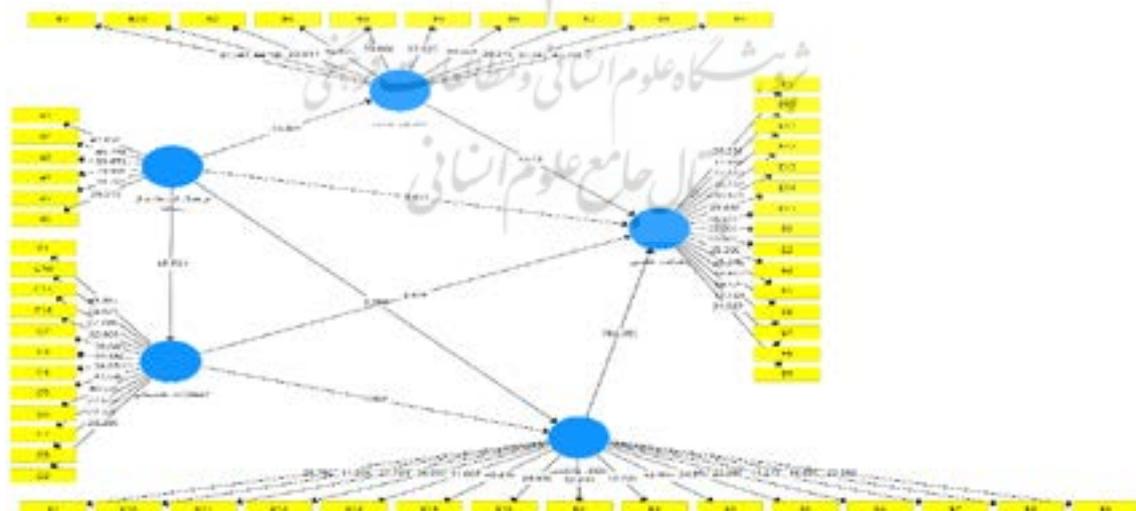


Figure 2. Structural Equation Model of the Effect of Cultural Use of Social Media on Sexual Satisfaction and Emotional Divorce with the Mediating Role of Body Image and Gender Role Expectations (Significant Coefficients)



این نمودار مقادیر آماره t مربوط به مسیرهای مدل مفهومی را نمایش می‌دهد و نشان می‌دهد کدام یک از روابط علی در مدل از نظر آماری معنادار هستند. در تحلیل آماری، مقدار t بزرگ‌تر از $1/96$ (در سطح اطمینان 95%) نشان‌دهنده معناداری مسیر است. بر اساس نمودار، تمام مسیرهای اصلی مدل دارای ضرایب t بزرگ‌تر از 2 هستند.

Sobel Test Results for the Mediating Role of Body Image and Gender Role Expectations

	Path Coefficient a	SE _a	Path Coefficient b	SE _b	Z-value (Sobel Test)	p-value	Result
Cultural Use of Social Media → Body Image → Sexual Satisfaction	-0.742	0.022	-0.301	0.051	5.815	0.001	Significant mediation
Cultural Use of Social Media → Gender Role Expectations → Sexual Satisfaction	-0.654	0.042	-0.302	0.002	15.482	0.001	Significant mediation
Cultural Use of Social Media → Gender Role Expectations → Emotional Divorce	-0.654	0.042	0.746	0.076	8.718	0.0001	Significant mediation

نتایج جدول ۶ نشان داد، نقش میانجی‌گرانه تصویر بدن و نقش میانجی‌گرانه انتظارات جنسیتی در رابطه با فرهنگ استفاده از رسانه و رضایت جنسی معنادار است. هم‌چنین انتظارات جنسیتی نقش میانجی‌گرانه معناداری در اثرگذاری فرهنگ رسانه‌ای بر طلاق عاطفی ایفا می‌کند. توضیحات بیشتر در زیر گزارش شده است.

نقش میانجی‌گرانه تصویر بدن در رابطه با فرهنگ استفاده از رسانه و رضایت جنسی:

نتایج این فرضیه نشان می‌دهند که تصویر بدن یک میانجی معنادار در رابطه بین فرهنگ رسانه‌ای و رضایت جنسی است. ضریب منفی مسیرها a و b نشان می‌دهد که استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی باعث شکل‌گیری نگرش منفی نسبت به بدن شده و این نگرش منفی به کاهش رضایت جنسی منجر می‌شود. سطح معناداری پایین‌تر از $0/05$ و مقدار Z بالاتر از $1/96$ ، این فرضیه را تأیید می‌کند.

نقش میانجی‌گرانه انتظارات جنسیتی در رابطه با فرهنگ استفاده از رسانه با رضایت جنسی:

این نتایج نشان‌دهنده نقش میانجی‌گرانه بسیار قوی و معنادار انتظارات جنسیتی در کاهش رضایت جنسی هستند. رسانه‌های اجتماعی با ترویج کلیشه‌های جنسیتی، انتظارات غیرواقع‌گرایانه‌ای را ایجاد می‌کنند که به نارضایتی جنسی منجر می‌شود. مقدار بسیار بالای Z نشان می‌دهد که این مسیر از نظر آماری بسیار معنادار و پر قدرت است.

نقش میانجی‌گرانه انتظارات جنسیتی در رابطه بین فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی و طلاق عاطفی:

بر اساس نتایج، انتظارات جنسیتی نقش میانجی‌گرانه معناداری در اثرگذاری فرهنگ رسانه‌ای بر طلاق عاطفی ایفا می‌کند. ضریب منفی مسیر a نشان‌دهنده آن است که فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی با تقویت نگرش‌های سنتی و کلیشه‌ای درباره نقش‌های جنسیتی همراه است. در ادامه، ضریب مثبت مسیر b نشان می‌دهد که این انتظارات غیرمنعطف جنسیتی می‌توانند به بروز تنش، سوءتفاهم و تعارض در نقش‌های زوجین منجر شوند که در نهایت باعث افزایش فاصله عاطفی و طلاق عاطفی می‌شود. مقدار Z برابر با $8/71$ و سطح معناداری برابر با $0/000$ حاکی از آن است که این اثر میانجی‌گر به‌طور آماری بسیار معنادار است. این نتایج تأکید می‌کنند که

رسانه‌ها از طریق بازتولید نقش‌های جنسیتی کلیشه‌ای، به صورت غیرمستقیم بر تضعیف پیوندهای عاطفی بین زوجین اثر می‌گذارند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر رضایت جنسی و طلاق عاطفی زنان متأهل اثرگذار است و متغیرهای تصویر بدن و انتظارات جنسیتی نقش میانجی معناداری در این رابطه دارند. این نتیجه همسو با مطالعات (Vandenbosch & Eggermont, 2015) می‌باشد که تأکید کرده‌اند بازنمایی‌های رسانه‌ای می‌تواند استانداردهای زیبایی غیرواقعی و نقش‌های کلیشه‌ای جنسیتی را بازتولید نماید. از منظر نظریه مقایسه اجتماعی (Festinger, 1954)، مواجهه مکرر با تصاویر آرمانی در رسانه‌ها منجر به مقایسه اجتماعی، افزایش نارضایتی از بدن و در نهایت تضعیف صمیمیت زناشویی می‌شود. همچنین مطابق با نظریه یادگیری اجتماعی (Bandura, 1977)، مشاهده و الگوبرداری از الگوهای رسانه‌ای می‌تواند به درونی‌سازی هنجارهای جنسیتی و بازتعریف انتظارات در روابط منجر گردد (Eagly, 1987).

نتایج نشان داد زنانی که مصرف رسانه‌ای آگاهانه‌تر و انتقادی‌تری داشتند، تصویر بدنی مثبت‌تر و انتظارات جنسیتی منعطف‌تری گزارش کردند؛ عاملی که رضایت جنسی را افزایش و طلاق عاطفی را کاهش داد. این یافته با پژوهش‌های اخیر (Boniel-Nissim et al. (2024); Gesselman et al. (2024)) در باره نقش سواد رسانه‌ای همسو است در مقابل، درونی‌سازی الگوهای فرهنگی غالب در رسانه‌ها با کاهش جذابیت بدنی ادراک‌شده، افزایش فشارهای نقش جنسیتی و کاهش صمیمیت همراه بوده و زمینه‌ساز فاصله عاطفی میان همسران شده است (Castellanos Silva & Steins, 2023). این یافته‌ها با مطالعات داخلی (Sadeghzadeh et al. (2023); Latifian et al. (2024)) هم‌راستا است که نشان داده‌اند مصرف افراطی اینترنت و رسانه‌ها با کاهش صمیمیت و افزایش فاصله عاطفی میان همسران ایرانی مرتبط است. همچنین مطالعات کیفی حاکی از آن است که نارضایتی زناشویی زنان ایرانی تحت تأثیر ترکیبی از عوامل فرهنگی، انتظارات جنسیتی و فشارهای اجتماعی قرار دارد (Hajiheydari & Pourshahriari, 2024).

در سطح روان‌شناختی، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که مواجهه مداوم با محتوای تصویری و ایده‌آل‌های غیرواقعی در شبکه‌های اجتماعی فرآیندهای مقایسه اجتماعی و خودشیء‌انگاری را فعال می‌کند و با یافته‌های قبلی انجام شده توسط (Fardouly et al. (2015); Dane et al. (2023); Tiggemann & Slater (2014)) همسو می‌باشد و این امر به نارضایتی از تصویر بدن و پیامدهای منفی در روابط منجر می‌شود (Fitzpatrick et al., 2024). به طور خاص، زنان نسبت به محتوای رسانه‌ای حساس‌تر بوده و خودانتقادی بیشتری تجربه می‌کنند (Ladwig, 2024).

در نهایت، این نتایج با شواهد فرامرزی نیز مطابقت دارد که نشان داده‌اند مصرف شبکه‌های اجتماعی می‌تواند از طریق مقایسه اجتماعی و درونی‌سازی ایده‌آل‌های ظاهری، پیامدهای منفی بر سلامت روان و روابط زناشویی داشته باشد. یافته حاضر با نتایج پژوهش‌های (Zhou et al. (2023); Zibin et al. (2025); Aran-Ramspott et al. (2024)) همسو می‌باشد. با این حال، برخی پژوهش‌ها تأکید کرده‌اند که اثر رسانه بر روابط زناشویی وابسته به زمینه فرهنگی و نحوه استفاده است و همواره اثر منفی ثابتی مشاهده نمی‌شود (Sotodeh, 2025).

بنابراین، در بافت فرهنگی ایران که خانواده هسته اصلی جامعه محسوب می‌شود، می‌توان نتیجه گرفت که تصویر بدن و انتظارات جنسیتی به‌عنوان متغیرهای میانجی، مسیر اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر رضایت جنسی و طلاق عاطفی زنان متأهل را توضیح می‌دهند. این یافته‌ها اهمیت ارتقای سواد رسانه‌ای و ترویج الگوهای فرهنگی واقع‌بینانه‌تر را در بهبود کیفیت روابط زناشویی برجسته می‌سازد (Eslami et al., 2020).

بر اساس نظریه مقایسه اجتماعی (Festinger, 1954)، مواجهه مداوم با تصاویر آرمانی در رسانه‌ها فرایند مقایسه اجتماعی را فعال ساخته و موجب نارضایتی از بدن و در نتیجه کاهش صمیمیت زناشویی می‌شود. همچنین مطابق با نظریه یادگیری اجتماعی (Bandura, 1977)، مشاهده و الگوگیری از بازنمایی‌های رسانه‌ای می‌تواند به درونی‌سازی هنجارها و انتظارات جنسیتی بینجامد و کیفیت رابطه زوجین را تحت تأثیر قرار دهد.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد زنانی که مصرف رسانه‌ای آگاهانه و انتقادی داشتند، از تصویر بدنی مثبت‌تر

و انتظارات جنسیتی انعطاف‌پذیرتری برخوردار بودند؛ امری که رضایت جنسی را افزایش داده و طلاق عاطفی را کاهش داد. در مقابل، درونی‌سازی الگوهای فرهنگی غالب در رسانه‌ها با کاهش جذابیت بدنی ادراک‌شده، تشدید فشارهای نقش جنسیتی و افت صمیمیت، به افزایش فاصله عاطفی میان همسران منجر گردید. این یافته با نتایج مطالعات انجام شده توسط (Sadeghzadeh et al. (2023); Latifian et al. (2024) هم‌راستا است که نشان دادند استفاده افراطی از رسانه‌ها با کاهش صمیمیت و افزایش شکاف عاطفی همراه است. بر اساس یافته‌های مطالعه انجام شده توسط (Van den Brink et al. (2018) تصویر مثبت از بدن به‌طور غیرمستقیم و از طریق افزایش رضایت جنسی، موجب ارتقاء کیفیت رابطه عاطفی در زوجین می‌شود. این ارتباط در هر دو جنس مشابه بوده و تأثیر متقابل میان فردی از تصویر بدن شریک زندگی مشاهده نگردید. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاضر تأیید کرد که تصویر بدن و انتظارات جنسیتی نقش میانجی در رابطه بین مصرف رسانه‌های اجتماعی و پیامدهای زناشویی دارند.

در بافت فرهنگی ایران که خانواده به‌عنوان نهاد اصلی جامعه نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (Hajiheydari & Pour-shahriari, 2024) زنان متأهل حساسیت بیشتری نسبت به محتوای رسانه‌های نشان می‌دهند و این امر می‌تواند پیامدهای پررنگ‌تری بر روابط زناشویی داشته باشد. بنابراین، تبیین نتایج این پژوهش در پرتو بافت فرهنگی ایران بیانگر آن است که مدیریت مصرف رسانه و ارتقای سواد رسانه‌ای زنان می‌تواند راهبردی مؤثر برای بهبود کیفیت روابط زناشویی و کاهش طلاق عاطفی باشد.

از منظر نظری، این نتایج با نظریه مقایسه اجتماعی (Festinger, 1954) و نظریه یادگیری اجتماعی (Bandura, 1977)، مطابقت دارد؛ بدین معنا که افراد در فرآیند شکل‌دهی نگرش‌ها و رفتارهای خود، از طریق مقایسه با دیگران و مشاهده پیامدهای رفتاری آنان، معیارهایی برای ارزیابی خود به دست می‌آورند. بر این اساس، مواجهه با الگوهای اجتماعی و رسانه‌ای می‌تواند بر ادراک فرد از خود و رضایت یا ناراضی‌تی وی در زمینه‌های مختلف (از جمله تصویر بدن و روابط بین‌فردی) اثرگذار باشد. به این معنا که مواجهه مکرر با تصاویر ایده‌آل و هنجارهای تثبیت‌شده، مسیر مقایسه‌های رو به بالا و درونی‌سازی نقش‌های غیرمنعطف را فعال می‌کند. این فرآیند فاصله بین تجربه واقعی زندگی زناشویی و ایده‌آل‌های ذهنی را افزایش داده و در نهایت موجب افت رضایت و افزایش تنش‌های عاطفی می‌شود. هم‌چنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد که طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای برای ارتقای سواد رسانه‌ای زنان، آموزش مهارت تحلیل انتقادی محتوا، تقویت تصویر بدنی مثبت و بازتعریف نقش‌های جنسیتی و انعطاف می‌تواند در بهبود روابط جنسی و عاطفی مؤثر باشد. به عبارتی سیاست‌گذاران حوزه خانواده باید با رویکردی پیشگیرانه، بازنمایی نقش‌های جنسیتی در رسانه‌ها را مدیریت و کنترل کنند تا پیامدهای منفی فرهنگی و روانی آن کاهش یابد.

سهم نویسندگان: محمدرضا حشمتی: نگارش کلیات و بدنه اصلی مقاله شامل مقدمه، روش، تحلیل داده‌ها، یافته‌ها، بخش بحث و نتیجه‌گیری، و انجام اصلاحات علمی و ویرایشی کل متن. نویسنده نسخه نهایی مقاله را به طور کامل بررسی و تأیید کرده است.

سپاسگزاری: نویسنده مراتب تشکر خود را از تمامی افرادی که در انجام این پژوهش نقش داشتند صمیمانه اعلام می‌دارد.

تعارض منافع: در این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسنده گزارش نشده است.

منابع مالی: این پژوهش از هیچ‌گونه حمایت مالی برخوردار نبوده است.

References

AranRamspott, S., KorresAlonso, O., ElexpuruAlbizuri, I., MoroInchaurtietia, Á., & BergillosGarcía,



- I. (2024). *Young users of social media: An analysis from a gender perspective*. *Frontiers in Psychology*, 15, Article 1375983. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1375983>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. URL: https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf
- Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118–129. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155–162. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0036215>
- Bennett, B., Davis, M., & Thompson, L. (2023). Media literacy interventions and body image: A systematic review. *Body Image*, 44, 102–114. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.004>
- Castellanos Silva, R., & Steins, G. (2023). Social media and body dissatisfaction in young adults: An experimental investigation of the effects of different image content and influencing constructs. *Frontiers in Psychology*, 14, 1037932. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1037932> ijnrd.org+2pmc.ncbi.nlm.nih.gov+2frontiersin.org
- Dane, S., Harris, L., & Cooper, M. (2023). Social comparison and self-objectification: Pathways from social media use to body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 145, 107727. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107727>
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Lawrence Erlbaum Associates. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1987-97312-000>
- Eslami, A., Ahmadi, S., & Khosravi, Z. (2020). The mediating role of body image in the relationship between social media use and marital satisfaction. *Iranian Journal of Psychology*, 18(4), 87–104. DOI: <https://doi.org/10.1006/ijp.2020.87>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.003>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. DOI: <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fitzpatrick, E. T., Langer, A., & Impett, E. A. (2024). Sexual satisfaction mediates daily associations between body satisfaction and relationship satisfaction among postpartum couples. *Journal of Social and Personal Relationships*, 41(5), 789–808. DOI: <https://doi.org/10.1177/0265407524123456>
- Gökçe, E., & Karakaş, S. (2024). The relationship between body image and sexual satisfaction in women who have undergone hysterectomy. *Revista da Associação Médica Brasileira*, 70(10), e20240776. <https://doi.org/10.1590/1806-9282.20240776>
- Gottman, J. M., & Silver, N. (1994). *Why marriages succeed or fail: What you can learn from the breakthrough research to make your marriage last*. Simon & Schuster. URL: https://books.google.com/books/about/Why_Marriages_Succeed_Or_Fail.html?id=S_ffhMnsufAC



- Hajiheydari, Z., & Pourshahriari, M. (2024). Marriage and divorce: A qualitative study from the perspective of Iranian academic experts, counselors, and clients. *Family Transitions*, 65(5), 381–402. DOI: <https://doi.org/10.1080/28375300.2024.2383018>
- Hudson, W. W. (1992). Index of sexual satisfaction. In *Handbook of sexuality-related measures* (pp. 545-554). Routledge. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4684-6441-2>
- JenkinsGuarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and validation of a Social Media Use Integration Scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38–50. URL: <https://doi.org/10.1037/a0030277>
- Ladwig, G., Tanck, J. A., Quittkat, H. L., & Vocks, S. (2024). Risks and benefits of social media trends: The influence of “fitspiration”, “body positivity”, and text-based “body neutrality” on body dissatisfaction and affect in women with and without eating disorders. *Body image*, 50, 101749. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144524000718>
- Latifian, M., Karami, M., & Parsa, S. (2024). Investigating the relationship between internet addiction, domestic violence, and emotional divorce among married women in Tehran. *BMC Psychiatry*, 24, 707. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12888-024-06139-7>
- Momeni, Kh. M., & Azadifard, S. (2016). Prediction of Violence Dimensions upon Coping Strategies in Women of Domestic Violence Victi. *Family Pathology, Counseling & Enrichment Journal*, 1(2), 34-45. URL: <https://fpcej.ir/article-1-97-fa.pdf>
- Rezaei, A., Ahmadi, S., & Karimi, M. (2016). Persian adaptation and validation of the Gender Expectations Questionnaire. *Iranian Journal of Psychological Assessment*, 12(2), 123–136. DOI: [10.7860/JCDR/2019/34280.12523](https://doi.org/10.7860/JCDR/2019/34280.12523)
- Sadeghzadeh, Z., GhodssiGhassemabad, R., Hamdieh, M., Shariatpanahi, S., Babazadeh, F., Abdoli, M., & Samadaee Gelehkolaee, K. (2023). The assessment of the related factors of emotional divorce among Iranian people during the Covid19 pandemic: A descriptive study. *BMC Psychology*, 11, 360. URL: <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01395-w>
- Salehi, M., Karami, A., & Hosseini, N. (2018). Validation of the Persian version of the Body Appreciation Scale-2 (BAS-2). *Iranian Journal of Psychological Studies*, 14(2), 101–118. DOI: <https://doi.org/10.5812/zjrms.9500>
- Sanzari, C., Marinucci, M., & Fioravanti, G. (2023). Idealized images on social media and their psychological impact. *Journal of Media Psychology*, 35(1), 25–34. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2232255>
- Sharifi, N., Azadarmaki, T., & Abbasi-Shavazi, M. J. (2024). Marriage and divorce: A qualitative study from the perspective of Iranian academic experts, counselors and clients. *Journal of Family and Society*, 9(1), 88–104. DOI: <https://doi.org/10.1080/28375300.2024.2383018>
- Sotodeh, R., Darzian Rostami, H., & Shahmansouri, B. (2024). Role of media literacy in improving mental health of Iranian population: A mixed method study. *Journal of Health Administration (JHA)*, 27(1), 71–84. DOI: <http://jha.iums.ac.ir/article-1-4506-en.html>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern



- in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 47(6), 630–643. DOI: <https://doi.org/10.1002/eat.22254>
- Van den Brink, F., Vollmann, M., Smeets, M. A. M., Hessen, D. J., & Woertman, L. (2017). Relationships between body image, sexual satisfaction, and relationship quality in romantic couples. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(4), 1–23. DOI: <https://doi.org/10.1177/0265407517691362>
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2015). The role of mass media in adolescents' sexual behaviors: Exploring the explanatory value of the threestep selfobjectification process. *Archives of Sexual Behavior*, 44(3), 729–742. URL: <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0292-4> journals.sagepub.com+10pubmed.ncbi.nlm.nih.gov+10link.springer.com+10
- Zhou, D., Xu, Y., & He, Q. (2023). New media use and mental health of married women: Mediating effects of marital quality. *In Healthcare*, 11(21), 2909. MDPI. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10649222/> [researchgate.net](https://www.researchgate.net)+10pmc.ncbi.nlm.nih.gov+10bmcpyschology.biomedcentral.com+10
- Zibin, A., Al-Sabatin, Y., & Altakhaineh, A. R. M. (2025). Social Media's Influence on Gendered Interpersonal Communication: Insights from Jordan. *Journalism and Media*, 6(2), 47. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/2/47> mdpi.com