

واکاوی تجربه زیسته احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا

۱. آرش فرزانه‌پور: گروه روان‌شناسی بالینی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۲. سمیرا قاضی‌زاده*: گروه روان‌شناسی بالینی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران (نویسنده مسئول). samira.ghazi.clin@yahoo.com

۳. کوشا رهنمایی: گروه روان‌شناسی سلامت، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

تاریخ چاپ: ۱۴۰۵/۰۱/۰۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۰/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۰۳

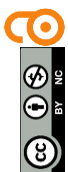
تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۷/۰۷

چکیده

هدف پژوهش حاضر واکاوی تجربه زیسته احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا بود. این پژوهش با رویکرد کیفی و طرح پدیدارشناسی توصیفی انجام شد. جامعه پژوهش شامل زنان ساکن شهر تهران بود که تجربه مکرر مقایسه اجتماعی، خودارزیابی منفی و احساس ناکافی بودن را در زندگی روزمره گزارش می‌کردند. مشارکت‌کنندگان به روش نمونه‌گیری هدفمند و با رعایت تنوع در سن، وضعیت تأهل، تحصیلات و موقعیت شغلی انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق انجام شد و فرایند مصاحبه تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. در مجموع، ۱۸ زن در دامنه سنی ۲۲ تا ۴۱ سال در پژوهش شرکت کردند. مصاحبه‌ها پس از اخذ رضایت آگاهانه ضبط، پیاده‌سازی و برای تحلیل وارد نرم‌افزار NVivo شدند. تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون انجام گرفت و برای افزایش اعتبار یافته‌ها از بازبینی مشارکت‌کنندگان، بازبینی همکار پژوهشی، یادداشت‌برداری تحلیلی و مقایسه مستمر کدها استفاده شد. تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا، تجربه‌ای چندلایه، پایدار و زمینه‌مند است که در پیوند با معیارهای بیرونی ارزشمندی، مواجهه مکرر با تصاویر ایده‌آل‌شده از دیگران، خودپایشگری ذهنی، شرم پنهان، تردید در شایستگی و فرسودگی روانی شکل می‌گیرد. پنج مضمون اصلی شامل «درونی‌سازی معیارهای بیرونی ارزشمندی»، «خودپایشگری فرساینده و مقایسه مداوم»، «شرم، خودسرزنی و بی‌اعتبارسازی دستاوردها»، «روابط اجتماعی مبتنی بر تهدید و رقابت» و «راهبردهای جبرانی و اجتنابی» استخراج شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا صرفاً یک هیجان گذرا نیست، بلکه نوعی تجربه زیسته سازمان‌یافته پیرامون خودارزشمندی مشروط، مقایسه صعودی، فشارهای جنسیتی و هنجارهای فرهنگی موفقیت و ظاهر است. مداخلات روان‌شناختی باید بر تقویت خودشفقت‌ورزی، کاهش خودارزیابی مبتنی بر مقایسه، بازسازی معیارهای ارزشمندی و آموزش سواد رسانه‌ای متمرکز شوند.

کلیدواژه‌ها: احساس ناکافی بودن؛ مقایسه اجتماعی؛ زنان؛ تجربه زیسته؛ تحلیل مضمون؛ خودارزشمندی.

!



Exploring the Lived Experience of Feeling Inadequate among Women with High Social Comparison

1. Arash Farzanehpour: Department of Clinical Psychology, Yazd University, Yazd, Iran

2. Samira Ghazizadeh*: Department of Clinical Psychology, Semnan University, Semnan, Iran (Corresponding Author). samira.ghazi.clin@yahoo.com

3. Kousha Rahnamaei: Department of Health Psychology, Semnan University, Semnan, Iran

Submit Date: 2025-09-29

Accept Date: 2025-12-24

Revise Date: 2026-01-02

Publish Date: 2026-03-21

Abstract

This study aimed to explore the lived experience of feeling inadequate among women with high social comparison tendencies. This qualitative study was conducted using a descriptive phenomenological design. The research population consisted of women living in Tehran who reported recurrent experiences of social comparison, negative self-evaluation, and feelings of inadequacy in everyday life. Participants were selected through purposive sampling with maximum variation in age, marital status, education, and occupational background. Data were collected through in-depth semi-structured interviews and continued until theoretical saturation was achieved. A total of 18 women aged 22 to 41 years participated in the study. After obtaining informed consent, interviews were audio-recorded, transcribed verbatim, and imported into NVivo software for analysis. Data were analyzed using thematic analysis. To enhance trustworthiness, member checking, peer review, analytic memo writing, and constant comparison of codes were used. The analysis showed that feeling inadequate among women with high social comparison tendencies is a multilayered, persistent, and context-dependent experience shaped by external standards of self-worth, repeated exposure to idealized representations of others, mental self-monitoring, hidden shame, doubts about competence, and psychological exhaustion. Five main themes emerged: “internalization of external standards of worth,” “exhaustive self-monitoring and continuous comparison,” “shame, self-blame, and devaluation of achievements,” “social relationships marked by threat and competition,” and “compensatory and avoidant coping strategies.” The findings indicate that feeling inadequate among women with high social comparison is not merely a transient emotion, but an organized lived experience centered on conditional self-worth, upward comparison, gendered pressures, and cultural norms of success and appearance. Psychological interventions should focus on strengthening self-compassion, reducing comparison-based self-evaluation, reconstructing standards of worth, and promoting media literacy.

Keywords: *Feeling inadequate; social comparison; women; lived experience; thematic analysis; self-worth*

مقدمه

احساس ناکافی بودن یکی از تجربه‌های روان‌شناختی عمیق و در عین حال کمتر آشکار در زندگی روزمره بسیاری از زنان است. این احساس معمولاً به صورت گزاره‌های درونی مانند «به اندازه کافی خوب نیستم»، «از دیگران عقب مانده‌ام»، «هرچه تلاش کنم باز هم کافی نیست» یا «دیگران بهتر، موفق‌تر و جذاب‌تر از من هستند» تجربه می‌شود. اگرچه احساس ناکافی بودن می‌تواند در موقعیت‌های خاصی مانند شکست تحصیلی، تعارض عاطفی یا ارزیابی شغلی پدیدار شود، در برخی افراد به الگوی نسبتاً پایدار خودارزیابی تبدیل می‌شود؛ الگویی که فرد در آن ارزشمندی خود را نه بر اساس تجربه درونی، نیازها، قابلیت‌ها و مسیر شخصی، بلکه بر اساس فاصله ادراک شده خود با دیگران تعریف می‌کند. در چنین وضعیتی، «خود» به طور مستمر در معرض داوری قرار می‌گیرد و فرد به جای تجربه مستقیم زندگی، دائماً خود را از منظر معیارهای بیرونی ارزیابی می‌کند.

نظریه کلاسیک مقایسه اجتماعی فستینگر بیان می‌کند که افراد برای ارزیابی توانایی‌ها و دیدگاه‌های خود به مقایسه با دیگران متوسل می‌شوند، به‌ویژه زمانی که معیارهای عینی روشن برای ارزیابی وجود ندارد (Festinger, ۱۹۵۴). این نظریه یکی از مبانی اصلی فهم فرایندهایی است که از طریق آن فرد، خود را در نسبت با دیگران تعریف می‌کند. پژوهش‌های بعدی نشان داده‌اند که مقایسه اجتماعی نه یک رفتار تصادفی، بلکه گرایشی نسبتاً پایدار است و افراد از نظر شدت تمایل به مقایسه خود با دیگران تفاوت دارند (Gibbons & Buunk, ۱۹۹۹). مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی آیووا-هلند نیز برای سنجش همین تفاوت‌های فردی طراحی شده است (Gibbons & Buunk, ۱۹۹۹). منابع اصلی مربوط به نظریه مقایسه اجتماعی و ابزار جهت‌گیری مقایسه اجتماعی نشان می‌دهند که این حوزه از دهه ۱۹۵۰ تا امروز یکی از محورهای ثابت روان‌شناسی اجتماعی بوده است.

در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا، مقایسه معمولاً صرفاً به یک حوزه محدود نمی‌شود. آنان ممکن است ظاهر، بدن، موفقیت تحصیلی، وضعیت شغلی، رابطه عاطفی، ازدواج، مادرانگی، سبک زندگی، روابط اجتماعی، توان مالی، میزان محبوبیت، مهارت‌های ارتباطی و حتی شیوه تجربه شادی را با دیگران مقایسه کنند. نکته مهم آن است که این مقایسه‌ها اغلب صعودی‌اند؛ یعنی فرد خود را با کسانی مقایسه می‌کند که آن‌ها را موفق‌تر، زیباتر، مطلوب‌تر، توانمندتر یا خوشبخت‌تر می‌بیند. مقایسه صعودی اگرچه در برخی شرایط می‌تواند انگیزه‌بخش باشد، اما زمانی که با خودارزشمندی شکننده، کمال‌گرایی، خودانتقادی و ضعف در خودشفقت‌ورزی همراه شود، به تجربه مزمن کمبود و ناکافی بودن منجر می‌شود. در این فرایند، دیگران نه صرفاً افراد بیرونی، بلکه آینه‌هایی برای داوری دائمی خود می‌شوند.

رشد شبکه‌های اجتماعی، تجربه مقایسه اجتماعی را از سطح روابط چهره‌به‌چهره به محیطی دائمی، بصری، الگوریتمی و بی‌وقفه منتقل کرده است. در گذشته، مقایسه‌های اجتماعی عمدتاً در محیط‌های محدود مانند خانواده، دانشگاه، محل کار یا جمع دوستان رخ می‌داد، اما اکنون فرد می‌تواند در هر لحظه با تصاویر گزینش‌شده، ویرایش‌شده و ایده‌آل‌شده از زندگی دیگران مواجه شود. پژوهش‌های تجربی نشان داده‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند فرصت‌های گسترده‌ای برای مقایسه اجتماعی فراهم کند و با کاهش عزت‌نفس و افزایش ارزیابی منفی

از خود همراه باشد (Vogel et al., ۲۰۱۴) همچنین مطالعات مربوط به تصویر بدن نشان داده‌اند که مواجهه زنان با محتوای مبتنی بر ظاهر در شبکه‌های اجتماعی با نگرانی‌های مربوط به بدن، خلق منفی و مقایسه ظاهری مرتبط است (Fardouly et al., ۲۰۱۵) این یافته‌ها در مطالعات مروری و فراتحلیلی جدیدتر نیز تکرار شده و نشان می‌دهد مواجهه با اهداف مقایسه صعودی در شبکه‌های اجتماعی معمولاً خودارزیابی منفی و هیجان‌های ناخوشایند را افزایش می‌دهد (McComb et al., ۲۰۲۳).

یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی که زنان در آن احساس ناکافی بودن را تجربه می‌کنند، بدن و ظاهر است. بدن زنانه در بسیاری از فرهنگ‌ها در معرض ارزیابی اجتماعی شدید قرار دارد و معیارهای زیبایی، جوانی، تناسب اندام، جذابیت و آراستگی می‌توانند به معیارهای ضمنی ارزشمندی تبدیل شوند. نظریه عینیت‌بخشی نشان می‌دهد که زنان در زمینه‌های فرهنگی مبتنی بر ارزیابی ظاهری، ممکن است نگاه مشاهده‌گر بیرونی را درونی کنند و بدن خود را از منظر دیگران ببینند (Fredrickson & Roberts, ۱۹۹۷) این وضعیت می‌تواند خودپایشگری بدنی، شرم بدنی، اضطراب ظاهر و کاهش حضور اصیل در تجربه زیسته را افزایش دهد. فراتحلیل مایرز و کروتر نیز نشان داد که مقایسه اجتماعی پیش‌بینی‌کننده مهم نارضایتی بدنی است (Myers & Crowther, ۲۰۰۹) از این منظر، احساس ناکافی بودن در زنان نه فقط یک تجربه شناختی، بلکه تجربه‌ای بدنی، عاطفی و اجتماعی است که در آن فرد بدن خود را به میدان داوری تبدیل می‌کند.

با این حال، تمرکز صرف بر ظاهر نمی‌تواند تمام ابعاد احساس ناکافی بودن را توضیح دهد. بسیاری از زنان حتی زمانی که از نظر تحصیلی، شغلی یا خانوادگی عملکرد مطلوبی دارند، همچنان نوعی احساس کمبود، عقب‌ماندگی یا نابسندگی را گزارش می‌کنند. این تجربه با خودپنداره مبهم، معیارهای سخت‌گیرانه موفقیت و ناتوانی در اعتباربخشی به دستاوردهای شخصی ارتباط دارد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که وضوح خودپنداره پایین با درونی‌سازی ایده‌آل‌های اجتماعی و مقایسه ظاهری بیشتر مرتبط است و این عوامل می‌توانند نارضایتی از خود را تشدید کنند (Vartanian & Dey, ۲۰۱۳) بنابراین، احساس ناکافی بودن هنگامی شدت می‌یابد که فرد نداند بر اساس چه ارزش‌ها و معیارهایی باید خود را تعریف کند و در نتیجه، معیارهای دیگران جایگزین معیارهای درونی او شوند.

در سطح هیجانی، احساس ناکافی بودن غالباً با شرم، اضطراب، حسادت، غبطه، اندوه، خشم پنهان و فرسودگی روانی همراه است. شرم در این زمینه با احساس «بد بودن کل خود» پیوند دارد؛ یعنی فرد شکست یا تفاوت را صرفاً به یک عملکرد خاص نسبت نمی‌دهد، بلکه آن را نشانه‌ای از نقص کلی شخصیت خود می‌داند. در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا، مشاهده موفقیت یا زیبایی دیگران ممکن است به جای الهام‌بخشی، احساس تهدید ایجاد کند؛ زیرا موفقیت دیگری به‌طور ضمنی به معنای ناکافی بودن خود تعبیر می‌شود. مطالعات درباره استفاده از فیس‌بوک، حسادت و افسردگی نشان داده‌اند که مقایسه اجتماعی و حسادت می‌توانند رابطه میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پیامدهای عاطفی منفی را توضیح دهند (Appel et al., ۲۰۱۶) به این ترتیب، مقایسه اجتماعی نه تنها شناخت فرد از خود، بلکه کیفیت هیجان‌ها و روابط او را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

از سوی دیگر، خودشفقت‌ورزی می‌تواند به‌عنوان سازوکاری محافظتی در برابر احساس ناکافی بودن عمل کند. نف خودشفقت‌ورزی را نگرشی سالم نسبت به خود می‌داند که شامل مهربانی با خود، درک مشترک انسانی و آگاهی متعادل از رنج است (Neff, ۲۰۰۳) زنان دارای مقایسه

اجتماعی بالا معمولاً در مواجهه با ضعف، شکست یا تفاوت، به جای مهربانی با خود، به خودسرزنی و مقایسه بیشتر متوسل می‌شوند. در چنین شرایطی، تجربه‌های مشترک انسانی مانند خطا، خستگی، نارضایتی یا نرسیدن به ایده‌آل‌ها به عنوان نشانه‌های شخصی بی‌ارزشی تعبیر می‌شوند. بنابراین، ضعف در خودشفقت‌ورزی می‌تواند احساس ناکافی بودن را تثبیت و تداوم بخشد.

اگرچه پژوهش‌های کمی متعددی رابطه مقایسه اجتماعی با عزت نفس، نارضایتی بدنی، افسردگی، اضطراب و تصویر بدن را بررسی کرده‌اند، اما تجربه زیسته احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا کمتر از منظر کیفی واکاوی شده است. مطالعات کمی معمولاً شدت متغیرها و روابط میان آن‌ها را نشان می‌دهند، اما نمی‌توانند به خوبی توضیح دهند که زنان چگونه در زندگی روزمره خود را در نسبت با دیگران تجربه می‌کنند، چه معناهایی به مقایسه می‌دهند، چه موقعیت‌هایی احساس ناکافی بودن را فعال می‌کند، چگونه با آن کنار می‌آیند و این احساس چه اثری بر روابط، تصمیم‌ها، بدن، شغل و روایت شخصی آنان از خود دارد. رویکرد کیفی، به ویژه پدیدارشناسی، امکان فهم عمیق‌تر تجربه از منظر خود مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌کند و به پژوهشگر اجازه می‌دهد به لایه‌های معنایی، هیجانی و زمینه‌ای پدیده دست یابد (Moustakas, ۱۹۹۴).

اهمیت انجام چنین پژوهشی در جامعه شهری تهران نیز قابل توجه است. زنان در بافت شهری معاصر با ترکیبی از معیارهای سنتی و مدرن ارزشمندی مواجه‌اند؛ از یک سو انتظارات خانوادگی، نقش‌های جنسیتی، ازدواج، مادرانگی و پذیرش اجتماعی اهمیت دارند و از سوی دیگر موفقیت تحصیلی، استقلال مالی، ظاهر مطلوب، سبک زندگی مدرن، حضور حرفه‌ای و محبوبیت اجتماعی نیز به معیارهای ارزیابی تبدیل شده‌اند. هم‌زمان، شبکه‌های اجتماعی این معیارها را تقویت، برجسته و قابل مقایسه می‌کنند. در چنین بستری، زن ممکن است خود را در برابر مجموعه‌ای از معیارهای متناقض و پایان‌ناپذیر ببیند و احساس کند در هیچ حوزه‌ای «به اندازه کافی» نیست. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر واکاوی تجربه زیسته احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا بود.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و طرح پدیدارشناسی توصیفی انجام شد. انتخاب این طرح به دلیل ماهیت پدیده مورد مطالعه بود؛ زیرا احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا، تجربه‌ای درونی، پیچیده، چندبعدی و وابسته به معناهای شخصی و اجتماعی است و فهم آن نیازمند ورود به جهان زیسته مشارکت‌کنندگان است. در این پژوهش تلاش شد به جای سنجش کمی شدت احساس ناکافی بودن، چگونگی تجربه، تفسیر و پیامدهای آن از زبان خود زنان توصیف و تحلیل شود. چارچوب کلی گزارش پژوهش با معیارهای مطالعات کیفی مصاحبه‌محور همخوان شد و در فرایند طراحی، اجرا و گزارش، اصول شفافیت، بازاندیشی پژوهشگر، محرمانگی، رضایت آگاهانه و وفاداری به روایت مشارکت‌کنندگان رعایت شد. استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و تحلیل مضمون نیز با منطق پژوهش‌های کیفی روان‌شناختی سازگار است؛ زیرا این روش امکان استخراج الگوهای معنایی تکرارشونده در متن تجربه‌های فردی را فراهم می‌کند (Tong, ۲۰۰۶; Braun & Clarke, ۲۰۰۷). منابع روش‌شناختی تحلیل مضمون و COREQ نیز تحلیل مضمون را رویکردی انعطاف‌پذیر برای تحلیل داده‌های کیفی و COREQ را چک‌لیستی ۳۲ موردی برای گزارش پژوهش‌های مبتنی بر مصاحبه معرفی کرده‌اند.

مشارکت‌کنندگان پژوهش شامل ۱۸ زن ساکن شهر تهران بودند که تجربه مکرر مقایسه اجتماعی و احساس ناکافی بودن را در زندگی روزمره خود گزارش می‌کردند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و با راهبرد حداکثر تنوع انجام شد تا زنان با وضعیت‌های متفاوت از نظر سن، وضعیت تأهل، تحصیلات، اشتغال و تجربه زیسته وارد پژوهش شوند. معیارهای ورود شامل زن بودن، سکونت در تهران، قرار داشتن در دامنه سنی ۲۰ تا ۴۵ سال، تجربه مکرر مقایسه خود با دیگران در حوزه‌هایی مانند ظاهر، موفقیت، رابطه عاطفی، شغل، تحصیل یا سبک زندگی، توانایی بیان تجربه‌ها در مصاحبه و رضایت آگاهانه برای مشارکت بود. معیارهای خروج شامل تمایل نداشتن به ادامه مصاحبه، ناتوانی در تکمیل فرایند مصاحبه یا گزارش آشفتگی روانی شدید در زمان مصاحبه بود؛ در چنین مواردی، مشارکت‌کننده به دریافت حمایت تخصصی ارجاع داده می‌شد. اشباع نظری در مصاحبه پانزدهم حاصل شد، اما برای اطمینان از ثبات مضامین و غنای داده‌ها سه مصاحبه دیگر نیز انجام گرفت.

گردآوری داده‌ها فقط از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق انجام شد. مصاحبه‌ها به صورت حضوری در محیطی آرام و محرمانه یا در صورت ترجیح مشارکت‌کننده به صورت آنلاین برگزار شدند. مدت هر مصاحبه بین ۴۵ تا ۷۵ دقیقه بود. راهنمای مصاحبه شامل پرسش‌های باز بود؛ مانند «وقتی می‌گویید احساس می‌کنید کافی نیستید، دقیقاً چه تجربه‌ای را توصیف می‌کنید؟»، «معمولاً در چه موقعیت‌هایی خودتان را با دیگران مقایسه می‌کنید؟»، «این مقایسه‌ها چه اثری بر احساس شما نسبت به خودتان دارد؟»، «در بدن، هیجان‌ها و افکارتان چه تغییراتی رخ می‌دهد؟»، «با این احساس چگونه کنار می‌آیید؟» و «اگر بخواهید این تجربه را با یک تصویر یا جمله توصیف کنید، چه می‌گویید؟». پرسش‌های پیگیر مانند «می‌توانید مثالی بزنید؟»، «آن لحظه چه فکری از ذهنتان گذشت؟» و «بعد از آن چه کردید؟» برای عمیق‌تر شدن روایت‌ها به کار رفت. تمام مصاحبه‌ها با رضایت مشارکت‌کنندگان ضبط و سپس واژه‌به‌واژه پیاده‌سازی شدند. نام‌ها و نشانه‌های هویتی حذف و برای هر مشارکت‌کننده کد اختصاصی در نظر گرفته شد.

داده‌ها با روش تحلیل مضمون و با کمک نرم‌افزار NVivo تحلیل شدند. تحلیل از همان مراحل اولیه گردآوری داده‌ها آغاز شد و به صورت هم‌زمان با مصاحبه‌ها ادامه یافت. ابتدا متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده شد تا پژوهشگر با کلیت داده‌ها آشنا شود. سپس واحدهای معنایی مرتبط با احساس ناکافی بودن، مقایسه اجتماعی، شرم، بدن، روابط و راهبردهای مقابله‌ای استخراج و کدگذاری اولیه انجام شد. در مرحله بعد، کدهای مشابه در قالب زیرمضمون‌ها سازمان‌دهی شدند و سپس زیرمضمون‌ها در مضامین اصلی ادغام شدند. در تمام مراحل، مقایسه مستمر میان مصاحبه‌ها انجام شد تا شباهت‌ها، تفاوت‌ها و الگوهای مشترک شناسایی شوند. یادداشت‌های تحلیلی برای ثبت ایده‌ها، تردیدها، تصمیم‌های کدگذاری و بازاندیشی پژوهشگر نوشته شد. برای افزایش اعتبار یافته‌ها، بخشی از کدها و مضامین با دو نفر از مشارکت‌کنندگان بازبینی شد و یک پژوهشگر آشنا با روش کیفی نیز فرایند کدگذاری و نام‌گذاری مضامین را ارزیابی کرد. قابلیت اعتماد از طریق ثبت دقیق مراحل تحلیل، نگهداری مسیر تصمیم‌گیری پژوهشگر، استفاده از نقل‌قول‌های مستقیم و ارائه توصیف غنی از زمینه پژوهش تقویت شد.

یافته‌ها

نکته ضروری برای استفاده پژوهشی: نقل‌قول‌های ارائه‌شده در این بخش نمونه‌های نگارشی و شبیه‌سازی‌شده بر اساس الگوی یافته‌های کیفی هستند و در مقاله نهایی باید با نقل‌قول‌های واقعی مشارکت‌کنندگان پژوهش جایگزین شوند.

از نظر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ۱۸ زن در پژوهش مشارکت داشتند. دامنه سنی مشارکت‌کنندگان ۲۲ تا ۴۱ سال بود؛ ۵ نفر در گروه سنی ۲۲ تا ۲۷ سال، ۷ نفر در گروه سنی ۲۸ تا ۳۴ سال و ۶ نفر در گروه سنی ۳۵ تا ۴۱ سال قرار داشتند. از نظر وضعیت تأهل، ۱۰ نفر مجرد، ۶ نفر متأهل و ۲ نفر مطلقه بودند. از نظر تحصیلات، ۳ نفر دارای مدرک کارشناسی، ۱۱ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۴ نفر دارای مدرک دکتری یا دانشجوی دکتری بودند. از نظر وضعیت شغلی، ۹ نفر شاغل، ۵ نفر دانشجو، ۲ نفر خانه‌دار و ۲ نفر فریلنسر بودند. از نظر تجربه غالب مقایسه، ۶ نفر بیشتر مقایسه ظاهری و بدنی، ۵ نفر مقایسه شغلی و تحصیلی، ۴ نفر مقایسه رابطه عاطفی و ازدواج و ۳ نفر مقایسه سبک زندگی و موقعیت اجتماعی را برجسته کردند. بیشتر مشارکت‌کنندگان گزارش کردند که شبکه‌های اجتماعی، جمع‌های خانوادگی، محیط کار، گروه‌های دوستانه و مراسم اجتماعی از موقعیت‌های اصلی فعال‌کننده احساس ناکافی بودن بودند.

تحلیل مصاحبه‌ها به استخراج پنج مضمون اصلی منجر شد: «درونی‌سازی معیارهای بیرونی ارزشمندی»، «خودپایشگری فرساینده و مقایسه مداوم»، «شرم، خودسرزنی و بی‌اعتبارسازی دستاوردها»، «روابط اجتماعی مبتنی بر تهدید و رقابت» و «راهبردهای جبرانی و اجتنابی». این مضامین نشان دادند که احساس ناکافی بودن برای مشارکت‌کنندگان نه صرفاً یک فکر منفی، بلکه الگویی فراگیر در تجربه خود، بدن، رابطه و آینده بود. در ادامه، هر مضمون اصلی در یک پاراگراف گزارش می‌شود.

درونی‌سازی معیارهای بیرونی ارزشمندی. نخستین مضمون نشان داد که مشارکت‌کنندگان ارزشمندی خود را تا حد زیادی بر اساس معیارهایی تعریف می‌کردند که از بیرون به آنان تحمیل یا القا شده بود؛ معیارهایی مانند زیبایی، تناسب اندام، ازدواج موفق، استقلال مالی، موقعیت شغلی، تحصیلات بالا، محبوبیت اجتماعی، سبک زندگی جذاب و توانایی هم‌زمان در ایفای نقش‌های متعدد. در روایت‌ها، «کافی بودن» نه یک تجربه درونی، بلکه وضعیتی بود که باید از سوی دیگران تأیید می‌شد. یکی از مشارکت‌کنندگان ۲۹ ساله گفت: «من حتی وقتی کاری را خوب انجام می‌دهم، تا وقتی کسی نگوید عالی بود، باورم نمی‌شود. انگار خودم معیار ندارم؛ همیشه باید ببینم نسبت به بقیه کجا ایستاده‌ام.» مشارکت‌کننده دیگری بیان کرد: «وقتی عکس زندگی بقیه را می‌بینم، حس می‌کنم زندگی من نسخه ناقص زندگی آن‌هاست؛ انگار همیشه یک چیزی کم دارم.» این مضمون نشان می‌دهد که درونی‌سازی معیارهای بیرونی، احساس ناکافی بودن را به تجربه‌ای مزمن تبدیل می‌کند؛ زیرا معیارهای بیرونی متغیر، پایان‌ناپذیر و اغلب دست‌نیافتنی‌اند.

خودپایشگری فرساینده و مقایسه مداوم. دومین مضمون به فرایند ذهنی مداومی اشاره داشت که در آن مشارکت‌کنندگان خود را در حال رصد، ارزیابی و رتبه‌بندی نسبت به دیگران تجربه می‌کردند. این خودپایشگری در موقعیت‌های گوناگون فعال می‌شد: دیدن عکس‌های دیگران، شنیدن خبر موفقیت دوستان، حضور در مهمانی، مقایسه بدن در آینه، بررسی تعداد لایک‌ها، مشاهده ازدواج یا ارتقای شغلی همسالان و حتی گفت‌وگوهای ساده روزمره. یکی از مشارکت‌کنندگان گفت: «ذهنم مثل یک جدول مقایسه است؛ سریع می‌سنجد که او چه دارد و من ندارم.» مشارکت‌کننده دیگری تجربه خود را چنین توصیف کرد: «حتی وقتی بیرون می‌روم برای تفریح، بخشی از ذهنم مشغول این است که لباس

من چطور است، بدنم چطور دیده می‌شود، بقیه از من جلوترند یا نه.» این مضمون نشان داد که مقایسه اجتماعی بالا با خستگی شناختی و هیجانی همراه است؛ زیرا فرد هیچ موقعیتی را بی‌داوری تجربه نمی‌کند و دائماً در حالت ارزیابی قرار دارد.

شرم، خودسرزنی و بی‌اعتبارسازی دستاوردها. سومین مضمون نشان داد که احساس ناکافی بودن اغلب با شرم پنهان و خودسرزنی شدید همراه است. مشارکت‌کنندگان نه تنها خود را با دیگران مقایسه می‌کردند، بلکه فاصله ادراک‌شده با دیگران را به نقص شخصی، تنبلی، بی‌استعدادی یا دوست‌داشتنی نبودن نسبت می‌دادند. حتی موفقیت‌های واقعی نیز در بسیاری از موارد بی‌اعتبار می‌شد. یک مشارکت‌کننده ۳۴ ساله گفت: «وقتی موفق می‌شوم، می‌گویم شانس بود یا کار خاصی نکردم. اما وقتی کسی بهتر از من است، سریع نتیجه می‌گیرم که من کافی نیستم.» مشارکت‌کننده دیگری اظهار کرد: «بدترین قسمت این است که از خودم خجالت می‌کشم؛ نه فقط از بدنم یا کارم، از کل خودم.» این مضمون نشان می‌دهد که احساس ناکافی بودن از طریق تفسیرهای خودسرزنشگرانه و ناتوانی در پذیرش دستاوردها تداوم می‌یابد. در این وضعیت، موفقیت دیگری به‌عنوان شکست خود و پیشرفت دیگری به‌عنوان عقب‌ماندگی شخصی معنا می‌شود.

روابط اجتماعی مبتنی بر تهدید و رقابت. چهارمین مضمون نشان داد که مقایسه اجتماعی بالا کیفیت روابط مشارکت‌کنندگان را تحت تأثیر قرار داده بود. برخی زنان گزارش کردند که در روابط دوستانه، خانوادگی یا شغلی، موفقیت دیگران را هم‌زمان با تحسین و تهدید تجربه می‌کنند. آنان ممکن بود از دوست خود خوشحال شوند، اما در لایه‌ای عمیق‌تر احساس کنند کوچک‌تر، عقب‌تر یا کم‌ارزش‌تر شده‌اند. یکی از مشارکت‌کنندگان گفت: «وقتی دوستم خبر ارتقای شغلی‌اش را داد، واقعاً خوشحال شدم، اما بعدش تا شب گریه کردم؛ حس کردم من هیچ‌وقت به جایی نمی‌رسم.» مشارکت‌کننده دیگری بیان کرد: «گاهی از آدم‌هایی که دوستشان دارم فاصله می‌گیرم، چون کنارشان بیشتر حس می‌کنم چیزی کم دارم.» این مضمون نشان می‌دهد که احساس ناکافی بودن می‌تواند روابط را از فضای صمیمیت به فضای رقابت پنهان تبدیل کند. پیامد این وضعیت، کناره‌گیری، حسادت پنهان، کاهش خودافشایی و دشواری در تجربه شادی برای دیگران است.

راهبردهای جبرانی و اجتنابی. پنجمین مضمون به شیوه‌هایی اشاره داشت که مشارکت‌کنندگان برای مدیریت احساس ناکافی بودن به کار می‌بردند. برخی از راهبردهای جبرانی بودند؛ مانند تلاش افراطی، کمال‌گرایی، کنترل شدید ظاهر، خریدهای ناگهانی، فعالیت بیش از حد در شبکه‌های اجتماعی، اثبات توانمندی و پنهان کردن ضعف. برخی راهبردها نیز اجتنابی بودند؛ مانند حذف موقت شبکه‌های اجتماعی، شرکت نکردن در جمع‌ها، اجتناب از عکس گرفتن، سکوت درباره شکست‌ها یا فاصله گرفتن از افراد موفق. یکی از مشارکت‌کنندگان گفت: «وقتی حس می‌کنم کمم، یا دیوانه‌وار کار می‌کنم که ثابت کنم خوبم، یا کلاً قایم می‌شوم.» مشارکت‌کننده دیگری بیان کرد: «گاهی اینستاگرام را پاک می‌کنم، اما مشکل فقط اینستاگرام نیست؛ انگار مقایسه را با خودم همه‌جا می‌برم.» این مضمون نشان داد که راهبردهای مقابله‌ای مشارکت‌کنندگان اغلب کوتاه‌مدت و ناپایدار بودند و به جای حل ریشه‌ای احساس ناکافی بودن، چرخه مقایسه، تلاش، خستگی، شرم و اجتناب را بازتولید می‌کردند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر واکاوی تجربه زیسته احساس ناکافی بودن در زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا بود. یافته‌ها نشان داد که این تجربه از پنج مضمون اصلی تشکیل شده است: درونی‌سازی معیارهای بیرونی ارزشمندی، خودپایشگری فرساینده و مقایسه مداوم، شرم و خودسرزنی، روابط اجتماعی مبتنی بر تهدید و رقابت، و راهبردهای جبرانی و اجتنابی. در مجموع، یافته‌ها نشان می‌دهد که احساس ناکافی بودن در این گروه از زنان نه یک واکنش گذرا به شکست یا ناکامی، بلکه الگویی پایدار از زیستن در نسبت با نگاه دیگران است. این تجربه زمانی شکل می‌گیرد که فرد ارزشمندی خود را مشروط به برتری، تأیید، جذابیت، موفقیت یا شبیه شدن به الگوهای بیرونی می‌کند و در نتیجه، خود را دائماً در معرض داوری قرار می‌دهد.

مضمون نخست، یعنی درونی‌سازی معیارهای بیرونی ارزشمندی، با نظریه مقایسه اجتماعی فستینگر همخوان است. فستینگر تأکید می‌کند که افراد برای ارزیابی خود، به‌ویژه در شرایط فقدان معیارهای عینی، به مقایسه با دیگران روی می‌آورند (Festinger, ۱۹۵۴). یافته‌های حاضر نشان داد که زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا، نه فقط در موقعیت‌های مبهم، بلکه در بسیاری از جنبه‌های زندگی روزمره از دیگران به‌عنوان معیار ارزشمندی خود استفاده می‌کنند. این یافته با دیدگاه گیبونز و بونک نیز هماهنگ است که مقایسه اجتماعی را گرایشی فردی و نسبتاً پایدار می‌دانند (Gibbons & Buunk, ۱۹۹۹). در پژوهش حاضر، معیارهای بیرونی ارزشمندی شامل ظاهر، بدن، ازدواج، موفقیت شغلی، تحصیلات و سبک زندگی بود. این گستردگی نشان می‌دهد که احساس ناکافی بودن در زنان مورد مطالعه، پدیده‌ای چندحوزه‌ای است و نمی‌توان آن را صرفاً به یک مسئله ظاهری یا شغلی تقلیل داد.

مضمون دوم، یعنی خودپایشگری فرساینده و مقایسه مداوم، نشان داد که زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا ذهن خود را مانند نظامی دائمی برای ارزیابی فاصله از دیگران تجربه می‌کنند. این یافته با مطالعات مربوط به شبکه‌های اجتماعی همسو است که نشان داده‌اند این فضاها فرصت‌های متراکم و مکرری برای مقایسه فراهم می‌کنند (Vogel et al., ۲۰۱۴). پژوهش فاردولی و همکاران نیز نشان داد که مواجهه با فیس‌بوک در زنان جوان می‌تواند نگرانی‌های مربوط به تصویر بدن و خلق منفی را افزایش دهد، به‌ویژه زمانی که گرایش به مقایسه ظاهری بالاست (Fardouly et al., ۲۰۱۵). یافته‌های پژوهش حاضر این روابط را از منظر زیسته توضیح می‌دهد: شبکه‌های اجتماعی صرفاً محرک بیرونی نیستند، بلکه نوعی «فضای رتبه‌بندی نمادین» ایجاد می‌کنند که در آن زنان خود را پیوسته با نسخه‌های گزینش‌شده و ایده‌آل‌شده دیگران می‌سنجند. بنابراین، فرسودگی مشارکت‌کنندگان نه فقط ناشی از دیدن تصاویر دیگران، بلکه ناشی از فعال شدن مداوم فرایند خودداوری بود.

مضمون سوم، یعنی شرم، خودسرزنی و بی‌اعتبارسازی دستاوردها، نشان داد که احساس ناکافی بودن با نوعی تفسیر خودانتقادی از تفاوت‌ها همراه است. زنان مورد مطالعه وقتی خود را پایین‌تر از دیگران ادراک می‌کردند، این فاصله را اغلب به نقص کلی خود نسبت می‌دادند. این یافته با ادبیات خودشفقت‌ورزی همخوان است. نف معتقد است که خودشفقت‌ورزی می‌تواند در برابر خودداوری، انزوا و همانندسازی افراطی با رنج نقش محافظتی داشته باشد (Neff, ۲۰۰۳). در پژوهش حاضر، بسیاری از مشارکت‌کنندگان در مواجهه با ضعف یا عقب‌ماندگی ادراک‌شده، به جای مهربانی با خود، از زبان درونی سرزنشگر استفاده می‌کردند. همچنین بی‌اعتبارسازی دستاوردها نشان می‌دهد که مشکل صرفاً نبود موفقیت

نیست؛ بلکه ناتوانی در تجربه موفقیت به عنوان نشانه‌ای از شایستگی شخصی است. از این منظر، احساس ناکافی بودن حتی با دستیابی به موفقیت‌های بیرونی نیز الزاماً کاهش نمی‌یابد، زیرا معیارهای ارزیابی مدام جابه‌جا می‌شوند.

مضمون چهارم، یعنی روابط اجتماعی مبتنی بر تهدید و رقابت، با پژوهش‌هایی همسو است که نقش مقایسه اجتماعی و حسادت را در پیامدهای عاطفی منفی بررسی کرده‌اند. اپل و همکاران نشان دادند که مقایسه اجتماعی و حسادت می‌توانند در رابطه میان استفاده از فیس‌بوک و نشانه‌های افسردگی نقش میانجی داشته باشند (Appel et al., ۲۰۱۶). یافته‌های حاضر نشان می‌دهد که این فرایند در روابط واقعی نیز رخ می‌دهد؛ یعنی موفقیت دوست، همکار یا خویشاوند می‌تواند هم‌زمان با شادی، غبطه، شرم و احساس تهدید تجربه شود. این امر به‌ویژه زمانی رخ می‌دهد که فرد موفقیت دیگری را نه رویدادی مستقل، بلکه شاهی بر ناکافی بودن خود تعبیر کند. در چنین شرایطی، رابطه اجتماعی از میدان حمایت و صمیمیت به میدان مقایسه و ارزیابی تبدیل می‌شود. پیامد این وضعیت می‌تواند کناره‌گیری، رقابت پنهان، کاهش خودافشایی و دشواری در حفظ روابط اصیل باشد.

مضمون پنجم، یعنی راهبردهای جبرانی و اجتنابی، نشان داد که زنان برای کنترل احساس ناکافی بودن از دو مسیر اصلی استفاده می‌کنند: تلاش افراطی برای رسیدن به معیارها یا فاصله گرفتن از موقعیت‌های مقایسه‌برانگیز. این یافته با مطالعات مربوط به مقایسه صعودی در شبکه‌های اجتماعی همخوان است. فراتحلیل مک‌کامب و همکاران نشان داد که مواجهه با اهداف مقایسه صعودی در شبکه‌های اجتماعی معمولاً اثر منفی بر خودارزیابی و هیجان‌ها دارد (McComb et al., ۲۰۲۳). در پژوهش حاضر، برخی مشارکت‌کنندگان برای کاهش این اثر، شبکه‌های اجتماعی را حذف می‌کردند یا از جمع‌ها فاصله می‌گرفتند؛ اما برخی دیگر با تلاش افراطی، کنترل ظاهر یا اثبات توانمندی به مقابله می‌پرداختند. هر دو راهبرد، زمانی که با بازسازی معیارهای ارزشمندی همراه نباشند، ممکن است فقط به کاهش موقت فشار منجر شوند. بنابراین، مداخله مؤثر باید فراتر از توصیه به کاهش استفاده از شبکه‌های اجتماعی باشد و بر اصلاح رابطه فرد با خود، بدن، موفقیت و نگاه دیگران تمرکز کند.

یافته‌های پژوهش حاضر همچنین با نظریه عینیت‌بخشی قابل تبیین است. بر اساس این نظریه، زنان در زمینه‌های فرهنگی خاص ممکن است نگاه بیرونی را نسبت به بدن و خود درونی کنند و خود را از منظر داوری دیگران ببینند (Fredrickson & Roberts, ۱۹۹۷). در پژوهش حاضر، این نگاه بیرونی فقط به بدن محدود نبود و به حوزه‌های موفقیت، سبک زندگی، رابطه و جایگاه اجتماعی نیز گسترش یافته بود. این موضوع نشان می‌دهد که در تجربه زنان دارای مقایسه اجتماعی بالا، «خود» به یک پروژه دائمی برای اصلاح، اثبات و نمایش تبدیل می‌شود. در چنین شرایطی، فرد کمتر فرصت می‌یابد خود را به عنوان انسانی در حال رشد، خطاپذیر و دارای مسیر منحصر به فرد تجربه کند. این نتیجه با یافته‌های وارتانیان و دی نیز همسو است که نشان دادند وضوح پایین خودپنداره می‌تواند با درونی‌سازی ایده‌آل‌ها و مقایسه ظاهری مرتبط باشد (Vartanian & Dey, ۲۰۱۳).

از نظر نظری، یافته‌های حاضر نشان می‌دهد که احساس ناکافی بودن را باید در پیوند میان سه سطح تحلیل فهم کرد: سطح فردی، شامل خودانتقادی، خودپنداره مبهم و خودشفقت‌ورزی پایین؛ سطح بین فردی، شامل مقایسه با دوستان، همکاران، اعضای خانواده و گروه‌های مرجع؛

و سطح فرهنگی-رسانه‌ای، شامل ایده‌آل‌های جنسیتی، معیارهای زیبایی، موفقیت‌محوری و نمایش گزینش‌شده زندگی در شبکه‌های اجتماعی. بنابراین، احساس ناکافی بودن نه صرفاً مشکل فردی و نه صرفاً پیامد رسانه‌هاست؛ بلکه محصول تعامل میان آسیب‌پذیری‌های درونی و زمینه‌های اجتماعی مقایسه‌برانگیز است. این نگاه می‌تواند به طراحی مداخلاتی کمک کند که هم بر مهارت‌های فردی مانند خودشفقت‌ورزی و تنظیم هیجان تمرکز دارند و هم بر سواد رسانه‌ای، نقد معیارهای فرهنگی و بازتعریف ارزشمندی. از نظر کاربردی، یافته‌ها نشان می‌دهد که درمانگران و مشاوران در کار با زنانی که احساس ناکافی بودن را تجربه می‌کنند، باید فراتر از نشانه‌های سطحی مانند اضطراب، خلق پایین یا نارضایتی بدنی بروند و چرخه مقایسه اجتماعی را به‌عنوان سازوکار مرکزی بررسی کنند. پرسش‌هایی مانند «خودتان را بیشتر با چه کسانی مقایسه می‌کنید؟»، «بعد از مقایسه چه روایتی درباره خودتان می‌سازید؟»، «چه معیارهایی تعیین می‌کند که شما کافی هستید؟» و «کدام بخش از زندگی‌تان بیشتر به تأیید بیرونی وابسته شده است؟» می‌تواند در آشکارسازی ساختار تجربه ناکافی بودن مفید باشد. همچنین آموزش تمایز میان الهام گرفتن و خودتحقیرگری، بازسازی معیارهای ارزشمندی، کاهش خودپایستگی بدنی و تمرین مهربانی با خود می‌تواند در کاهش شدت این تجربه نقش داشته باشد.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در انجام این پژوهش ما را همراهی کردند تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

موازین اخلاقی

در این پژوهش اصول اخلاقی مرتبط با نشر و انجام پژوهش رعایت گردیده است.

مشارکت نویسندگان

تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

بر اساس اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

فهرست منابع

- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Arigo, D., Mogle, J. A., & Smyth, J. M. (2024). Social comparison and mental health. *Current Opinion in Psychology*.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- McComb, C. A., Vanman, E. J., & Tobin, S. J. (2023). A meta-analysis of the effects of social media exposure to upward comparison targets on self-evaluations and emotions. *Media Psychology*, 26(5), 612–635. <https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2180647>
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781412995658>
- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*, 118(4), 683–698. <https://doi.org/10.1037/a0016763>
- Neff, K. D. (2003). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85–101. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 159–163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00191>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Tong, A., Sainsbury, P., & Craig, J. (2007). Consolidated criteria for reporting qualitative research: A 32-item checklist for interviews and focus groups. *International Journal for Quality in Health Care*, 19(6), 349–357. <https://doi.org/10.1093/intqhc/mzm042>
- Vartanian, L. R., & Dey, S. (2013). Self-concept clarity, thin-ideal internalization, and appearance-related social comparison as predictors of body dissatisfaction. *Body Image*, 10(4), 495–500. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.05.004>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>