

بررسی اثرات روان‌شناختی مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی بر رضایت رابطه، تصویر از ازدواج و انتظارات عاطفی

چکیده هدف: پژوهش حاضر با هدف واکاوی تجربه زیسته افراد متأهل از مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی و تبیین اثرات روان‌شناختی آن بر رضایت رابطه، تصویر ذهنی از ازدواج و انتظارات عاطفی انجام شد. مواد و روش‌ها: این مطالعه با رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل ۲۲ فرد متأهل ساکن شهر تهران بودند که به روش نمونه‌گیری هدفمند و با رعایت تنوع در جنسیت، سن، مدت ازدواج و سطح تحصیلات انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد و فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه‌ها پس از کسب رضایت آگاهانه ضبط، پیاده‌سازی و با استفاده از نرم‌افزار NVivo تحلیل شدند. برای افزایش اعتبار یافته‌ها از بازبینی مشارکت‌کنندگان، کدگذاری همکار، یادداشت‌برداری تحلیلی و مسیر ممیزی استفاده شد. یافته‌ها: تحلیل داده‌ها به استخراج پنج مقوله اصلی منجر شد: «ایده‌آل‌سازی ازدواج دیگران و مقایسه صعودی»، «کاهش رضایت رابطه و برجسته‌شدن کاستی‌های همسر»، «تحریف تصویر ذهنی از ازدواج و شکل‌گیری معیارهای نمایشی»، «افزایش انتظارات عاطفی و مطالبه‌گری مقایسه‌ای» و «راهکارهای تنظیم‌گرانه و بازسازی مرزهای رسانه‌ای». مشارکت‌کنندگان گزارش کردند که مشاهده مداوم تصاویر عاشقانه، هدایا، سفرها، جشن‌ها و نمایش‌های عاطفی زوج‌های دیگر، موجب احساس عقب‌ماندگی رابطه، تردید نسبت به کیفیت ازدواج، مقایسه همسر با الگوهای بیرونی و افزایش انتظارات غیرواقع‌بینانه می‌شود. نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی صرفاً یک تجربه شناختی ساده نیست، بلکه فرایندی چندلایه است که می‌تواند ارزیابی افراد از رابطه، معنای ازدواج و سطح انتظارات عاطفی آنان را بازسازی‌دهی کند. تقویت سواد رسانه‌ای زوجین، گفت‌وگوی صریح درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی و ایجاد مرزهای مشترک در مصرف رسانه‌ای می‌تواند به کاهش پیامدهای منفی این پدیده کمک کند. واژگان کلیدی: مقایسه زناشویی، شبکه‌های اجتماعی، رضایت رابطه، تصویر از ازدواج، انتظارات عاطفی، پژوهش کیفی، زوجین	مشخصات نویسندگان: ۱. طاهّا احمدی*: گروه روان‌شناسی عمومی، دانشگاه تهران، تهران، ایران ۲. ساناز زندی: گروه روان‌شناسی عمومی، دانشگاه تهران، تهران، ایران *پست الکترونیکی نویسنده مسئول: taha.ahmadi.psy@gmail.com شیوه استناددهی: احمدی، طاهّا، و زندی، ساناز. (۱۴۰۵). بررسی اثرات روان‌شناختی مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی بر رضایت رابطه، تصویر از ازدواج و انتظارات عاطفی. <i>پژوهش‌های خانواده و زوج‌درمانی</i>، ۱۳-۱. © ۱۴۰۵ CC BY NC CrossMark تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است.
---	---

Psychological Effects of Marital Comparison on Social Media on Relationship Satisfaction, Image of Marriage, and Emotional Expectations

Authors' Information:

1. Taha Ahmadi*: Department of General Psychology, University of Tehran, Tehran, Iran
2. Sanaz Zandi: Department of General Psychology, University of Tehran, Tehran, Iran

Corresponding author's email: taha.ahmadi.psy@gmail.com

How to cite: Ahmadi, T. & Zandi, S. (2026). Psychological Effects of Marital Comparison on Social Media on Relationship Satisfaction, Image of Marriage, and Emotional Expectations. *Family Research and Couple Therapy*, 2(1), 1-13.



© 2026 the authors. This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) License.

Abstract

Objective: This study aimed to explore married individuals' lived experiences of marital comparison on social media and its psychological effects on relationship satisfaction, image of marriage, and emotional expectations.

Methods and Materials: This qualitative study was conducted using thematic analysis. Participants were 22 married individuals living in Tehran, selected through purposive sampling with maximum variation in gender, age, length of marriage, and educational background. Data were collected through semi-structured interviews and continued until theoretical saturation was achieved. All interviews were audio-recorded with informed consent, transcribed verbatim, and analyzed using NVivo software. To enhance trustworthiness, member checking, peer coding, analytic memoing, and an audit trail were employed. The interview protocol focused on participants' exposure to marital content on social media, experiences of upward comparison, perceived changes in relationship satisfaction, reconstructed expectations of marriage, and emotional responses to idealized couple portrayals.

Findings: Data analysis yielded five main categories: "idealization of others' marriages and upward comparison," "reduced relationship satisfaction and increased salience of partner shortcomings," "distortion of the mental image of marriage and emergence of performative standards," "intensification of emotional expectations and comparison-based demands," and "regulatory strategies and reconstruction of media boundaries." Participants described that repeated exposure to romantic images, gifts, trips, ceremonies, and public displays of affection by other couples created feelings of relational inadequacy, doubt about the quality of their own marriage, comparison of the spouse with external models, and unrealistic emotional expectations.

Conclusion: The findings suggest that marital comparison on social media is not merely a cognitive act of comparison, but a multilayered psychological process that may reshape individuals' evaluation of their relationship, their understanding of marriage, and their emotional expectations from the spouse. Strengthening couples' media literacy, promoting open dialogue about social media effects, and establishing shared digital boundaries may reduce the negative consequences of this phenomenon.

Keywords: marital comparison, social media, relationship satisfaction, image of marriage, emotional expectations, qualitative research, couples

شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین فضاهای بازنمایی زندگی شخصی، خانوادگی و زناشویی تبدیل شده‌اند. در گذشته، تجربه ازدواج عمدتاً در بستر تعاملات خانوادگی، روابط خویشاوندی، گفت‌وگوهای خصوصی و مشاهده محدود زندگی اطرافیان شکل می‌گرفت؛ اما در عصر پلتفرم‌های دیجیتال، بخش‌هایی از زندگی زناشویی به صورت عکس، متن، استوری، ویدئو، مناسبت‌های عاشقانه، سفرهای زوجی، هدیه‌دادن، جشن سالگرد و نمایش‌های عاطفی در معرض دید دیگران قرار می‌گیرد. این وضعیت سبب شده است که ازدواج نه تنها به عنوان یک تجربه خصوصی، بلکه به عنوان یک تصویر عمومی و قابل مقایسه ادراک شود. در چنین بستری، افراد متأهل ممکن است رابطه خود را نه صرفاً بر اساس کیفیت تعاملات واقعی با همسر، بلکه در نسبت با تصویری که از ازدواج دیگران در شبکه‌های اجتماعی می‌بینند ارزیابی کنند. مبنای نظری این پدیده را می‌توان در نظریه مقایسه اجتماعی جست‌وجو کرد (Festinger, 1954). بیان می‌کند که افراد برای ارزیابی توانایی‌ها، وضعیت‌ها و باورهای خود، به مقایسه با دیگران گرایش دارند؛ به‌ویژه زمانی که معیارهای عینی و قطعی برای ارزیابی وجود ندارد. ازدواج و رضایت رابطه‌ای نیز از جمله حوزه‌هایی است که افراد در آن به‌طور مداوم درگیر ارزیابی ذهنی هستند؛ زیرا کیفیت رابطه، صمیمیت، حمایت عاطفی، توجه همسر و موفقیت ازدواج معمولاً معیارهای کاملاً عینی و ثابت ندارند. از این‌رو، مواجهه با تصاویر ایده‌آل‌شده از روابط دیگران می‌تواند به عنوان منبع مقایسه عمل کند و ادراک فرد از کیفیت رابطه خود را تحت تأثیر قرار دهد. پژوهش‌های پیشین نیز نشان داده‌اند که مقایسه رابطه‌ای می‌تواند با کیفیت رابطه، رضایت زناشویی و ارزیابی فرد از رابطه ارتباط داشته باشد (Buunk & Van Yperen, 1991; Morry et al., 2018). در پژوهش Morry و همکاران، مقایسه رابطه‌ای در فیس‌بوک به عنوان عاملی اثرگذار بر شناخت‌ها و احساسات افراد نسبت به رابطه خود بررسی شده است و نویسندگان نشان داده‌اند که تفسیر منفی از مقایسه می‌تواند رضایت رابطه و بهزیستی شخصی را تضعیف کند.

در شبکه‌های اجتماعی، مقایسه زناشویی معمولاً ماهیتی صعودی دارد؛ یعنی فرد رابطه خود را با رابطه‌ای مقایسه می‌کند که بهتر، عاشقانه‌تر، موفق‌تر یا هیجان‌انگیزتر به نظر می‌رسد. این مقایسه ممکن است با دیدن زوج‌هایی رخ دهد که تصاویر عاشقانه منتشر می‌کنند، مناسبت‌های عاطفی را برجسته می‌سازند، از همسر خود قدردانی عمومی می‌کنند یا زندگی زناشویی خود را سرشار از سفر، هدیه، تفریح و حمایت نشان می‌دهند. در چنین حالتی، فرد ممکن است این تصاویر را به‌عنوان بازنمایی کامل واقعیت رابطه دیگران در نظر بگیرد، در حالی که شبکه‌های اجتماعی معمولاً عرصه انتخاب، ویرایش، زیباسازی و برجسته‌سازی بخش‌های مطلوب زندگی هستند (Chou, 2012). Edge (2012) نشان دادند که استفاده بیشتر از فیس‌بوک می‌تواند با این باور همراه باشد که دیگران شادترند و زندگی بهتری دارند. این یافته در زمینه ازدواج نیز اهمیت دارد، زیرا مشاهده مستمر بازنمایی‌های مثبت از زندگی زوج‌های دیگر ممکن است این تصور را ایجاد کند که ازدواج دیگران از نظر عاطفی، ارتباطی و تجربی غنی‌تر از ازدواج خود فرد است.

یکی از پیامدهای مهم مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی، کاهش رضایت رابطه است. رضایت رابطه‌ای معمولاً حاصل ارزیابی کلی فرد از کیفیت تعامل، حمایت، صمیمیت، تعهد، احترام و پاسخگویی همسر است. زمانی که فرد رابطه خود را با الگوهای نمایشی و ایده‌آل‌شده مقایسه می‌کند، ممکن است توجه او از نقاط قوت رابطه خود به کمبودها و ناکامی‌ها معطوف شود. در این حالت، رفتارهای عادی همسر ناکافی به نظر می‌رسند و فرد ممکن است با خود بیندیشد: «چرا همسر من مثل همسران دیگر در فضای مجازی ابراز محبت نمی‌کند؟»، «چرا رابطه ما به اندازه رابطه آن‌ها هیجان‌انگیز نیست؟» یا «چرا ازدواج ما چنین تصویر زیبایی ندارد؟». پژوهش‌های مرتبط با مقایسه اجتماعی نشان می‌دهند که مقایسه مداوم می‌تواند عزت‌نفس، احساس کفایت و رضایت فردی را تضعیف کند (Vogel et al., 2014). در سطح رابطه‌ای نیز Smith و LeBeau (2008) Buckingham نشان داده‌اند که گرایش به مقایسه رابطه‌ای با ناایمنی و کیفیت ادراک‌شده پایین‌تر رابطه ارتباط دارد.

از سوی دیگر، استفاده افراطی یا مداخله‌گرانه از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند از طریق افزایش حسادت، نظارت و سوءظن، بر کیفیت رابطه اثر منفی بگذارد (Muise و همکاران ۲۰۰۹). نشان دادند که فیس‌بوک می‌تواند تجربه حسادت در روابط عاشقانه را تشدید کند (Elphinston و Noller (2011) نیز دریافتند که نفوذ فیس‌بوک در زندگی فرد با نارضایتی رابطه‌ای از طریق شناخت‌های حسادت‌آمیز و رفتارهای نظارتی مرتبط است. این یافته‌ها نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی نه تنها بستر ارتباط و سرگرمی‌اند، بلکه می‌توانند محرک ارزیابی‌های هیجانی منفی، تهدید رابطه‌ای و مقایسه‌های آسیب‌زا باشند.

مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی علاوه بر رضایت رابطه، می‌تواند تصویر ذهنی افراد از ازدواج را نیز دگرگون کند. تصویر از ازدواج به مجموعه باورها، انتظارات، معناها و الگوهایی اشاره دارد که فرد درباره «ازدواج خوب»، «همسر ایده‌آل» و «رابطه موفق» در ذهن خود شکل می‌دهد. در جامعه معاصر، بخشی از این تصویر از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی ساخته می‌شود. هنگامی که ازدواج در شبکه‌های اجتماعی بیشتر از طریق لحظات شاد، چهره‌های آراسته، سفرهای جذاب، جشن‌های پرهزینه و ابراز محبت‌های عمومی نمایش داده می‌شود، ممکن است تصویر ازدواج از یک واقعیت چندبعدی و همراه با چالش، به یک پروژه نمایشی و بی‌نقص تبدیل شود. در نتیجه، افراد ممکن است رنج‌ها، تعارض‌ها، سکوت‌ها، مسئولیت‌ها، خستگی‌ها و فرایندهای تدریجی رشد رابطه را بخشی طبیعی از ازدواج ندانند و هرگونه فاصله میان زندگی واقعی و تصویر مجازی را نشانه ناکامی رابطه تلقی کنند.

این مسئله با نظریه خودناهمخوانی (Higgins (1987) نیز قابل تبیین است. بر اساس این نظریه، فاصله میان «خود واقعی»، «خود آرمانی» و «خود بایسته» می‌تواند به تجربه هیجان‌های منفی منجر شود. در زمینه ازدواج، می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی نوعی «ازدواج آرمانی» را در ذهن فرد برجسته می‌کنند؛ ازدواجی که در آن همسر همیشه حمایتگر، عاطفه همیشه آشکار، زندگی همیشه جذاب و رابطه همیشه قابل نمایش است. هرچه فاصله میان ازدواج واقعی فرد و این تصویر آرمانی بیشتر ادراک شود، احتمال تجربه نارضایتی، ناکامی عاطفی، حس محرومیت و حتی شرم رابطه‌ای افزایش می‌یابد. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند از طریق تولید معیارهای آرمانی، احساس ناکافی بودن رابطه واقعی را تشدید کنند.

بعد سوم مورد توجه این پژوهش، انتظارات عاطفی است. ازدواج معاصر بیش از گذشته با نیازهای عاطفی، خودشکوفایی، حمایت روان‌شناختی و تجربه صمیمیت پیوند خورده است Finkel و همکاران (۲۰۱۴) در مدل «خفگی ازدواج» بیان می‌کنند که افراد در دوران معاصر انتظارات عاطفی و خودشکوفایانه بیشتری از ازدواج دارند، در حالی که همیشه زمان، انرژی و منابع روان‌شناختی کافی برای تحقق این انتظارات سرمایه‌گذاری نمی‌شود. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند این انتظارات را تشدید کنند؛ زیرا فرد دائماً با نمونه‌هایی از ابراز عشق، توجه، جشن، سفر، هدیه و حمایت عاطفی مواجه می‌شود و ممکن است آن‌ها را به عنوان استانداردهای معمول ازدواج تلقی کند. در نتیجه، انتظاراتی مانند ابراز محبت عمومی، توجه دائمی، غافلگیری‌های مکرر، سفرهای زوجی، هدیه‌های نمادین و حضور عاطفی همیشگی از همسر افزایش می‌یابد. با وجود اهمیت فزاینده این موضوع، بخش قابل توجهی از پژوهش‌های موجود بر رابطه کلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی با حسادت، تعارض، خیانت آنلاین یا رضایت رابطه تمرکز داشته‌اند، در حالی که تجربه زیسته افراد از «مقایسه زناشویی» به عنوان فرایندی ذهنی، عاطفی و معنایی کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش Gursay و Oner Ozkan (2023) نشان می‌دهد رضایت رابطه به‌طور منفی و دلبستگی اضطرابی و سرمایه‌گذاری رابطه‌ای به‌طور مثبت با گرایش به مقایسه رابطه‌ای در شبکه‌های اجتماعی مرتبط است؛ این یافته نشان می‌دهد که مقایسه رابطه‌ای نه تنها به محتوای رسانه‌ای، بلکه به وضعیت روان‌شناختی و رابطه‌ای فرد نیز وابسته است. بنابراین، مطالعه کیفی این پدیده می‌تواند ابعاد پنهان‌تری مانند تفسیر فرد از تصاویر زناشویی، معنای شخصی مقایسه، تجربه شرم یا محرومیت رابطه‌ای، تغییر انتظارات عاطفی و راهبردهای مقابله‌ای زوجین را آشکار سازد.

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی اثرات روان‌شناختی مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی بر رضایت رابطه، تصویر از ازدواج و انتظارات عاطفی انجام شد. این مطالعه می‌کوشد به این پرسش پاسخ دهد که افراد متأهل چگونه مواجهه با بازنمایی ازدواج دیگران در شبکه‌های اجتماعی را تجربه می‌کنند، این مواجهه چه تأثیری بر ارزیابی آنان از رابطه خود دارد، چگونه تصویر ذهنی آنان از ازدواج را تغییر می‌دهد و چه نوع انتظارات عاطفی تازه‌ای را در رابطه فعال می‌سازد.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام شد. انتخاب رویکرد کیفی به این دلیل صورت گرفت که هدف مطالعه، سنجش آماری متغیرها نبود، بلکه فهم عمیق تجربه زیسته افراد متأهل از مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی و آشکارسازی معناهای روان‌شناختی نهفته در این تجربه بود. تحلیل مضمون به‌عنوان روشی انعطاف‌پذیر برای شناسایی، سازمان‌دهی و تفسیر الگوهای معنایی در داده‌های کیفی به کار رفت (Braun & Clarke, 2006). این روش امکان می‌دهد داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به کدهای اولیه، زیرمقوله‌ها و مقوله‌های اصلی تبدیل شوند و تجربه مشارکت‌کنندگان در قالب ساختاری مفهومی گزارش گردد.

جامعه پژوهش شامل افراد متأهل ساکن شهر تهران بود که تجربه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مواجهه با محتوای مربوط به روابط زناشویی، زوج‌ها، ازدواج، سالگرد ازدواج، ابراز محبت همسران، سفرهای زوجی یا سبک زندگی متأهلی را داشتند. مشارکت‌کنندگان به روش نمونه‌گیری هدفمند و با راهبرد حداکثر تنوع انتخاب شدند. معیارهای ورود شامل متأهل بودن، سکونت در تهران، داشتن حداقل یک سال سابقه ازدواج،

استفاده فعال از دست‌کم یکی از شبکه‌های اجتماعی، تمایل به شرکت در مصاحبه و توانایی بیان تجربه‌های شخصی بود. معیارهای خروج شامل تمایل نداشتن به ادامه مصاحبه، تجربه بحران حاد خانوادگی در زمان مصاحبه یا ارائه پاسخ‌های بسیار کوتاه و غیرقابل تحلیل بود. در مجموع، ۲۲ نفر در پژوهش شرکت کردند. اشباع نظری پس از مصاحبه بیستم حاصل شد و دو مصاحبه تکمیلی برای اطمینان از تکرارپذیری مضامین انجام شد. این حجم نمونه با منطق اشباع در پژوهش‌های کیفی سازگار است؛ مرور Hennink و Kaiser (2022) نیز نشان می‌دهد بسیاری از مطالعات کیفی در نمونه‌های نسبتاً همگن با تعداد محدودی مصاحبه به اشباع می‌رسند.

داده‌ها فقط از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. راهنمای مصاحبه شامل پرسش‌هایی درباره تجربه مشاهده محتوای زناشویی در شبکه‌های اجتماعی، احساسات برانگیخته‌شده پس از مشاهده زندگی زوج‌های دیگر، مقایسه همسر یا رابطه خود با دیگران، تأثیر این مقایسه بر رضایت رابطه، تغییر تصویر ذهنی از ازدواج و انتظارات عاطفی از همسر بود. نمونه پرسش‌ها عبارت بودند از: «وقتی محتوای مربوط به روابط زوج‌های دیگر را در شبکه‌های اجتماعی می‌بینید چه احساسی پیدا می‌کنید؟»، «آیا تاکنون رابطه خود را با رابطه‌هایی که در فضای مجازی دیده‌اید مقایسه کرده‌اید؟»، «این مقایسه چه اثری بر نگاه شما به همسرتان داشته است؟»، «آیا شبکه‌های اجتماعی انتظار شما از ابراز محبت، توجه یا حمایت عاطفی را تغییر داده‌اند؟» و «برای مدیریت اثرات این مقایسه‌ها چه کاری انجام می‌دهید؟». مدت مصاحبه‌ها بین ۴۵ تا ۷۵ دقیقه بود. همه مصاحبه‌ها با رضایت آگاهانه مشارکت‌کنندگان ضبط و سپس به صورت کلمه‌به‌کلمه پیاده‌سازی شد.

تحلیل داده‌ها همزمان با گردآوری داده‌ها انجام شد. ابتدا پژوهشگر چندین بار متن مصاحبه‌ها را مطالعه کرد تا با فضای کلی داده‌ها آشنا شود. سپس گزاره‌های معنادار مشخص و کدهای اولیه استخراج شدند. در مرحله بعد، کدهای مشابه در قالب زیرمقوله‌ها گروه‌بندی شدند و زیرمقوله‌ها بر اساس پیوند مفهومی در مقوله‌های اصلی قرار گرفتند. تحلیل با کمک نرم‌افزار NVivo انجام شد تا فرایند مدیریت داده‌ها، دسته‌بندی کدها، بازیابی نقل‌قول‌ها و مقایسه میان مصاحبه‌ها نظام‌مند شود. در مرحله نهایی، مضامین استخراج‌شده بازبینی، نام‌گذاری و با نمونه نقل‌قول‌های مشارکت‌کنندگان پشتیبانی شدند.

برای اطمینان از اعتبار و اعتمادپذیری پژوهش، از معیارهای اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، وابستگی و تأییدپذیری استفاده شد (Lincoln & Guba, 1985). اعتبارپذیری از طریق بازبینی مشارکت‌کنندگان و ارائه خلاصه برداشت پژوهشگر به چند نفر از مصاحبه‌شوندگان بررسی شد. برای افزایش وابستگی، فرایند کدگذاری، تصمیم‌های تحلیلی و تغییرات مقوله‌ها مستندسازی شد. برای تأییدپذیری، بخشی از داده‌ها توسط یک پژوهشگر همکار کدگذاری شد و موارد اختلاف از طریق گفت‌وگوی تحلیلی حل شد. انتقال‌پذیری نیز با توصیف دقیق ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان، زمینه پژوهش و شرایط گردآوری داده‌ها تقویت شد. ملاحظات اخلاقی شامل کسب رضایت آگاهانه، محرمانه‌ماندن اطلاعات، استفاده از کد به جای نام واقعی، امکان انصراف در هر مرحله و حذف هر بخش از مصاحبه بنا به درخواست مشارکت‌کننده بود.

یافته‌ها

در این مطالعه ۲۲ فرد متأهل ساکن تهران مشارکت داشتند. از نظر جنسیت، ۱۲ نفر زن و ۱۰ نفر مرد بودند. دامنه سنی مشارکت‌کنندگان بین ۲۶ تا ۴۸ سال بود؛ ۶ نفر در گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال، ۷ نفر در گروه ۳۱ تا ۳۵ سال، ۵ نفر در گروه ۳۶ تا ۴۰ سال و ۴ نفر بالای ۴۰

سال قرار داشتند. از نظر مدت ازدواج، ۵ نفر سابقه ازدواج ۱ تا ۳ سال، ۸ نفر ۴ تا ۷ سال، ۶ نفر ۸ تا ۱۲ سال و ۳ نفر بیش از ۱۲ سال داشتند. از نظر سطح تحصیلات، ۴ نفر دارای تحصیلات دیپلم یا کاردانی، ۹ نفر کارشناسی، ۷ نفر کارشناسی ارشد و ۲ نفر دکتری بودند. همچنین ۱۵ نفر گزارش کردند روزانه بیش از دو ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و ۷ نفر استفاده کمتر از دو ساعت را گزارش کردند. از نظر نوع شبکه اجتماعی، بیشترین استفاده مربوط به اینستاگرام بود و پس از آن تلگرام، واتساپ و پلتفرم‌های ویدئومحور قرار داشتند.

مقوله اول: ایده‌آل‌سازی ازدواج دیگران و مقایسه صعودی. نخستین مقوله نشان داد که بسیاری از مشارکت‌کنندگان هنگام مشاهده تصاویر زوج‌های دیگر در شبکه‌های اجتماعی، رابطه آنان را کامل‌تر، عاشقانه‌تر یا موفق‌تر از رابطه خود ادراک می‌کنند. این مقایسه بیشتر در مواجهه با پست‌ها و استوری‌هایی فعال می‌شد که شامل هدیه، سفر، جشن سالگرد، متن‌های عاشقانه، قدردانی عمومی از همسر یا نمایش هماهنگی و خوشبختی زوجین بود. مشارکت‌کنندگان بیان کردند که حتی اگر به‌صورت منطقی بدانند این تصاویر تمام واقعیت زندگی دیگران نیست، باز هم در سطح هیجانی تحت تأثیر قرار می‌گیرند. یکی از زنان ۳۲ ساله گفت: «می‌دانم کسی دعوایش را استوری نمی‌کند، ولی وقتی می‌بینم شوهر یکی برایش تولد مفصل گرفته، ناخودآگاه فکر می‌کنم پس چرا زندگی من این‌قدر معمولی است؟» مردی ۳۷ ساله نیز بیان کرد: «بعضی وقت‌ها حس می‌کنم همه زوج‌ها بلدند چطور خوشحال باشند، فقط ما درگیر قسط و کار و خستگی هستیم.» این مقوله نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی از طریق برجسته‌سازی لحظات مطلوب، زمینه مقایسه صعودی و احساس عقب‌ماندگی رابطه‌ای را فراهم می‌کنند.

مقوله دوم: کاهش رضایت رابطه و برجسته‌شدن کاستی‌های همسر. دومین مقوله به اثر مقایسه بر ارزیابی فرد از رابطه و همسر مربوط بود. مشارکت‌کنندگان گزارش کردند که پس از مواجهه مکرر با نمایش‌های عاطفی در شبکه‌های اجتماعی، رفتارهای عادی همسر کمتر ارزشمند به نظر می‌رسد و کمبودهای رابطه برجسته‌تر می‌شود. در این وضعیت، فرد ممکن است همسر خود را از نظر ابراز محبت، توجه، حمایت، ظاهر، درآمد، خلاقیت یا مشارکت عاطفی با همسران دیگر مقایسه کند. زن ۲۹ ساله‌ای گفت: «قبلاً اگر همسر کم‌کم می‌کرد خوشحال می‌شدم، ولی الان وقتی می‌بینم بقیه مردها برای زنشان پست عاشقانه می‌گذارند، کمک‌های او به چشم نمی‌آید.» یکی از مردان ۴۱ ساله نیز گفت: «وقتی می‌بینم بعضی زن‌ها چقدر از شوهرشان تعریف می‌کنند، حس می‌کنم همسر من هیچ‌وقت قدر من را جلوی دیگران نمی‌داند.» این یافته نشان می‌دهد مقایسه زناشویی می‌تواند از طریق جابه‌جایی تمرکز از تجربه واقعی رابطه به معیارهای بیرونی، رضایت رابطه را کاهش دهد.

مقوله سوم: تحریف تصویر ذهنی از ازدواج و شکل‌گیری معیارهای نمایشی. سومین مقوله نشان داد شبکه‌های اجتماعی تصویر ذهنی مشارکت‌کنندگان از ازدواج موفق را تغییر داده‌اند. برای برخی مشارکت‌کنندگان، ازدواج خوب به تدریج با مؤلفه‌هایی مانند سفرهای مکرر، جشن‌های خاص، عکس‌های دونفره، هدیه‌های گران‌قیمت، ابراز محبت عمومی و ظاهر هماهنگ زوجین پیوند خورده بود. این تصویر، بخش‌های کمتر نمایشی ازدواج مانند صبر، حل تعارض، مراقبت روزمره، مسئولیت‌پذیری، حمایت در بحران و گفت‌وگوی دشوار را کم‌رنگ می‌کرد. یکی از مشارکت‌کنندگان زن ۳۶ ساله گفت: «گاهی یادم می‌رود ازدواج یعنی همین روزهای معمولی. فکر می‌کنم اگر رابطه‌ای عکس قشنگ ندارد،

یعنی چیزی کم دارد.» مردی ۳۳ ساله نیز بیان کرد: «فضای مجازی کاری کرده که آدم فکر کند ازدواج موفق یعنی همیشه هیجان، همیشه سفر، همیشه سورپرایز؛ در حالی که زندگی واقعی بیشترش مدیریت روزمرگی است.» این مقوله نشان می‌دهد که مقایسه زناشویی نه تنها احساسات فرد را تغییر می‌دهد، بلکه معیارهای او برای تعریف ازدواج موفق را نیز بازسازی می‌کند.

مقوله چهارم: افزایش انتظارات عاطفی و مطالبه‌گری مقایسه‌ای. چهارمین مقوله به افزایش سطح انتظارات عاطفی از همسر اشاره داشت. مشارکت‌کنندگان بیان کردند که پس از مشاهده روابط دیگران در شبکه‌های اجتماعی، انتظار بیشتری برای توجه، کلام عاشقانه، غافلگیری، حمایت هیجانی، همراهی در تفریح و ابراز محبت عمومی پیدا می‌کنند. این انتظارات گاهی به گفت‌وگو و درخواست مستقیم منجر می‌شد، اما در مواردی نیز به دلخوری خاموش، سرزنش یا تعارض تبدیل می‌شد. زن ۳۰ ساله‌ای گفت: «وقتی می‌بینم همسر دوستم برایش متن عاشقانه نوشته، من هم انتظار دارم همسر این کار را بکند. وقتی نمی‌کند، حتی اگر چیزی نگویم، از درون ناراحت می‌شوم.» مرد ۳۹ ساله‌ای نیز اظهار کرد: «فضای مجازی توقع می‌سازد. آدم فکر می‌کند همسرش باید همیشه انرژی داشته باشد، همیشه توجه کند، همیشه رابطه را خاص نگه دارد.» این مقوله نشان می‌دهد که انتظارات عاطفی در شبکه‌های اجتماعی نه صرفاً از نیازهای درونی، بلکه از مشاهده و مقایسه با الگوهای بیرونی تغذیه می‌شوند.

مقوله پنجم: راهکارهای تنظیم‌گرانه و بازسازی مرزهای رسانه‌ای. آخرین مقوله به راهبردهایی مربوط بود که مشارکت‌کنندگان برای کاهش اثرات منفی مقایسه به کار می‌بردند. برخی افراد تلاش می‌کردند محتوای محرک را کمتر دنبال کنند، صفحه‌های نمایشی را حذف کنند، درباره احساسات خود با همسر گفت‌وگو کنند یا به خود یادآوری کنند که شبکه‌های اجتماعی فقط بخشی از واقعیت را نشان می‌دهند. برخی زوجها نیز توافق کرده بودند که مسائل عاطفی خود را کمتر با زندگی دیگران بسنجند و به جای تمرکز بر نمایش رابطه، کیفیت تعامل واقعی خود را تقویت کنند. زن ۴۴ ساله‌ای گفت: «یک مدت هر صفحه‌ای که باعث می‌شد زندگی‌ام را کم ببینم حذف کردم. بعد آرام‌تر شدم و بیشتر دیدم همسر کارهای خوبی می‌کند که قبلاً نمی‌دیدم.» مردی ۳۵ ساله نیز بیان کرد: «ما با هم قرار گذاشتیم هر چیزی در اینستاگرام دیدیم، مستقیم تبدیلیش نکنیم به توقع از هم. اول درباره‌اش حرف بزنیم.» این مقوله نشان می‌دهد که آگاهی رسانه‌ای، گفت‌وگوی زوجی و مرزبندی در مصرف شبکه‌های اجتماعی می‌تواند نقش محافظتی داشته باشد.

بحث

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که تجربه مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی در پنج مقوله اصلی قابل تبیین است: ایده‌آل‌سازی ازدواج دیگران و مقایسه صعودی، کاهش رضایت رابطه و برجسته‌شدن کاستی‌های همسر، تحریف تصویر ذهنی از ازدواج و شکل‌گیری معیارهای نمایشی، افزایش انتظارات عاطفی و مطالبه‌گری مقایسه‌ای، و راهکارهای تنظیم‌گرانه و بازسازی مرزهای رسانه‌ای. در مجموع، نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی صرفاً بستری برای مشاهده زندگی دیگران نیستند، بلکه از طریق تولید الگوهای مقایسه‌ای، بر ارزیابی افراد از رابطه خود و معنای ذهنی آنان از ازدواج اثر می‌گذارند. این یافته با نظریه مقایسه اجتماعی (Festinger 1954) همسو است؛ زیرا در شرایطی

که افراد برای ارزیابی کیفیت ازدواج خود معیار قطعی ندارند، به رابطه‌های قابل مشاهده دیگران به عنوان منبع ارزیابی رجوع می‌کنند. همچنین نتایج با پژوهش‌های Buunk و (1991) Van Yperen و Morry و همکاران (۲۰۱۸) هماهنگ است که نشان داده‌اند مقایسه رابطه‌ای می‌تواند بر رضایت و کیفیت ادراک‌شده رابطه اثرگذار باشد.

مقوله نخست، یعنی ایده‌آل‌سازی ازدواج دیگران و مقایسه صعودی، نشان داد که مشارکت‌کنندگان اغلب رابطه‌های نمایش داده‌شده در شبکه‌های اجتماعی را عاشقانه‌تر، موفق‌تر و هیجان‌انگیزتر از رابطه خود ادراک می‌کنند. این یافته با پژوهش Chou و (2012) Edge همسو است که نشان دادند استفاده بیشتر از فیس‌بوک می‌تواند با این باور همراه شود که دیگران شادترند و زندگی بهتری دارند. در سطح زناشویی، چنین باوری می‌تواند به این برداشت منجر شود که زوج‌های دیگر از صمیمیت، توجه و کیفیت عاطفی بیشتری برخوردارند. همچنین یافته حاضر با پژوهش Vogel و همکاران (۲۰۱۴) قابل تبیین است؛ آنان نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی فرصت‌های فراوانی برای مقایسه اجتماعی فراهم می‌کنند و این مقایسه‌ها می‌توانند پیامدهای منفی برای ارزیابی فرد از خود داشته باشند. در این پژوهش، حوزه مقایسه از «خود فردی» فراتر رفت و به «خود رابطه‌ای» گسترش یافت؛ یعنی فرد نه تنها خود را با دیگران، بلکه ازدواج خود را با ازدواج دیگران مقایسه می‌کند. این امر نشان می‌دهد که رابطه زناشویی نیز می‌تواند بخشی از هویت اجتماعی فرد باشد و هنگامی که رابطه دیگران بهتر به نظر می‌رسد، فرد ممکن است ناکامی یا تهدید را نه فقط در سطح فردی، بلکه در سطح رابطه‌ای تجربه کند.

مقوله دوم، کاهش رضایت رابطه و برجسته‌شدن کاستی‌های همسر، نشان داد که مقایسه زناشویی می‌تواند نگاه فرد را از نقاط قوت رابطه به کمبودها معطوف کند. این یافته با مطالعه Smith LeBeau و (2008) Buckingham همخوان است که نشان دادند گرایش به مقایسه رابطه‌ای با نایمنی و کیفیت ادراک‌شده پایین‌تر رابطه ارتباط دارد. همچنین Price و همکاران (۲۰۲۴) نشان داده‌اند که مقایسه اجتماعی می‌تواند از طریق تضعیف حس خود، مانعی برای رضایت رابطه‌ای باشد. در پژوهش حاضر نیز مشارکت‌کنندگان گزارش کردند که پس از مشاهده رفتارهای عاطفی زوج‌های دیگر، رفتارهای مثبت همسر خود را کمتر می‌بینند یا آن‌ها را ناکافی تلقی می‌کنند. از منظر نظریه تبادل اجتماعی و سطح مقایسه، رضایت رابطه تا حدی تابع مقایسه میان دریافت‌های واقعی و انتظارات ذهنی فرد است. (Rusbult, 1980) شبکه‌های اجتماعی با افزایش سطح مقایسه، ممکن است آستانه رضایت فرد را بالا ببرند؛ در نتیجه، همان رابطه‌ای که پیش‌تر رضایت‌بخش ادراک می‌شد، پس از مواجهه مداوم با معیارهای بیرونی، ناکافی به نظر می‌رسد.

مقوله سوم، تحریف تصویر ذهنی از ازدواج و شکل‌گیری معیارهای نمایشی، نشان داد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند تعریف مشارکت‌کنندگان از ازدواج موفق را تغییر دهند. بسیاری از مشارکت‌کنندگان ازدواج موفق را به تدریج با نمودهای قابل مشاهده مانند عکس‌های عاشقانه، سفر، جشن، هدیه و ابراز محبت عمومی مرتبط می‌دانستند. این یافته با مباحث مربوط به خودارائه‌گری در شبکه‌های اجتماعی همسو است؛ زیرا افراد معمولاً بخش‌هایی از زندگی خود را منتشر می‌کنند که با تصویر مطلوب، موفق و قابل تحسین سازگار است. در نتیجه، مخاطبان ممکن است این بازنمایی گزینشی را معادل واقعیت کامل رابطه تلقی کنند. از منظر نظریه خودناهمخوانی (Higgins, 1987)، مواجهه با تصویر آرمانی از ازدواج می‌تواند فاصله میان ازدواج واقعی و ازدواج ایده‌آل را برجسته سازد و به هیجان‌هایی مانند ناکامی، حسرت، شرم یا نارضایتی منجر

شود. یافته حاضر نشان می‌دهد که مقایسه زناشویی صرفاً به مقایسه رفتار همسر محدود نیست، بلکه می‌تواند خود مفهوم ازدواج را بازتعریف کند؛ به گونه‌ای که ازدواج واقعی با تمام پیچیدگی‌ها و روزمرگی‌هایش در برابر ازدواج نمایشی و ایده‌آل‌شده، کم‌ارزش‌تر ادراک شود. مقوله چهارم، افزایش انتظارات عاطفی و مطالبه‌گری مقایسه‌ای، نشان داد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند انتظارات افراد از همسر را در زمینه توجه، ابراز محبت، حمایت، غافلگیری و نمایش عمومی رابطه افزایش دهند. این یافته با مدل خفگی ازدواج Finkel و همکاران (۲۰۱۴) هماهنگ است که بیان می‌کند افراد در ازدواج معاصر انتظار دارند رابطه زناشویی نیازهای سطح بالاتری مانند عزت‌نفس، خودشکوفایی، حمایت هیجانی و رشد شخصی را تأمین کند. شبکه‌های اجتماعی این انتظارات را تشدید می‌کنند، زیرا فرد با نمونه‌های فراوانی از رفتارهای عاطفی و نمایشی مواجه می‌شود و ممکن است آن‌ها را به عنوان استانداردهای عادی رابطه در نظر بگیرد. در این شرایط، همسر نه فقط باید شریک زندگی باشد، بلکه باید دائماً نقش تأییدگر، عاشق، حامی، همراه هیجانی، برنامه‌ریز شادی و حتی تولیدکننده تصویر اجتماعی مطلوب از رابطه را ایفا کند. چنین سطحی از انتظار، اگر با گفت‌وگو، توان روان‌شناختی و منابع واقعی زوجین هماهنگ نباشد، می‌تواند به تعارض، سرخوردگی و احساس ناکامی منجر شود.

مقوله پنجم، راهکارهای تنظیم‌گرانه و بازسازی مرزهای رسانه‌ای، نشان داد که همه مشارکت‌کنندگان در برابر اثرات مقایسه منفعل نبودند. برخی با حذف صفحات محرک، کاهش مصرف شبکه‌های اجتماعی، گفت‌وگو با همسر، بازنگری در انتظارات و یادآوری گزینشی بودن محتوای مجازی تلاش کردند اثرات منفی مقایسه را کاهش دهند. این یافته از نظر کاربردی اهمیت زیادی دارد، زیرا نشان می‌دهد پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی قطعی و اجتناب‌ناپذیر نیستند؛ بلکه کیفیت تفسیر فرد، میزان آگاهی رسانه‌ای و شیوه گفت‌وگوی زوجین می‌تواند نقش محافظتی داشته باشد. این نتیجه با یافته‌های Elphinston و (2011) Noller و Bouffard و همکاران (۲۰۲۲) همسو است که نشان می‌دهند اثر شبکه‌های اجتماعی بر روابط عاشقانه تا حدی از طریق فرایندهای میانجی مانند حسادت، تعارض، کاهش رضایت و پیامدهای منفی رابطه‌ای عمل می‌کند. بنابراین، مداخله در سطح تفسیر، گفت‌وگو و مرزبندی رسانه‌ای می‌تواند مسیر اثرگذاری منفی را تعدیل کند.

در مجموع، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی یک فرایند چندبعدی است که از مواجهه با محتوای ایده‌آل‌شده آغاز می‌شود، از طریق مقایسه صعودی و بازتفسیر رابطه ادامه می‌یابد، رضایت رابطه و تصویر ذهنی از ازدواج را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در نهایت انتظارات عاطفی از همسر را افزایش می‌دهد. اهمیت این یافته در آن است که شبکه‌های اجتماعی را نباید فقط از منظر «مدت استفاده» یا «نوع پلتفرم» بررسی کرد؛ بلکه باید به معنای روان‌شناختی محتوای مشاهده‌شده و تفسیر فرد از آن نیز توجه کرد. ممکن است دو فرد زمان مشابهی را در شبکه‌های اجتماعی سپری کنند، اما فردی که محتوای زناشویی را به صورت مقایسه‌ای و تهدیدآمیز تفسیر می‌کند، پیامدهای منفی بیشتری را تجربه کند. این نکته با پژوهش‌های Morry و همکاران (۲۰۱۸) و Oner Ozkan و Gursay (2023) همسو است که بر اهمیت تفسیر مقایسه و عوامل رابطه‌ای در گرایش به مقایسه رابطه‌ای تأکید دارند.

محدودیت‌ها: پژوهش حاضر با وجود ارائه فهم عمیق از تجربه مشارکت‌کنندگان، با چند محدودیت همراه بود. نخست، داده‌ها بر اساس خودگزارشی و مصاحبه گردآوری شد؛ بنابراین ممکن است برخی مشارکت‌کنندگان به دلیل ملاحظات اجتماعی، شرم رابطه‌ای یا نگرانی از

قضاوت، بخشی از تجربه‌های خود را بیان نکرده باشند. دوم، مشارکت‌کنندگان فقط از شهر تهران انتخاب شدند و یافته‌ها ممکن است به زوج‌های ساکن شهرهای کوچک‌تر، مناطق روستایی یا بافت‌های فرهنگی متفاوت قابل تعمیم مستقیم نباشد. سوم، پژوهش حاضر تجربه افراد متأهل را به صورت فردی بررسی کرد و مصاحبه زوجی یا تحلیل دوطرفه تجربه همسران انجام نشد. چهارم، تفاوت میان پلتفرم‌های مختلف مانند اینستاگرام، تلگرام، واتساپ یا پلتفرم‌های ویدئومحور به‌طور مستقل تحلیل نشد. پنجم، یافته‌ها ماهیت کیفی دارند و برای تبیین الگوهای آماری یا آزمون روابط علی میان متغیرها کافی نیستند.

پیشنهادهای پژوهش‌های آینده: پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی از طرح‌های ترکیبی استفاده شود تا یافته‌های کیفی حاضر با داده‌های کمی درباره شدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، گرایش به مقایسه رابطه‌ای، رضایت زناشویی، ناایمنی دلبستگی و انتظارات عاطفی تکمیل شود. همچنین انجام مطالعات زوجی می‌تواند نشان دهد که مقایسه زناشویی چگونه به صورت متقابل در میان همسران شکل می‌گیرد و آیا تجربه زن و مرد از این پدیده تفاوت دارد یا خیر. پژوهش‌های آینده می‌توانند نقش متغیرهایی مانند مدت ازدواج، وجود فرزند، وضعیت اقتصادی، سبک دلبستگی، عزت‌نفس، رضایت جنسی و سواد رسانه‌ای را بررسی کنند. همچنین مقایسه میان پلتفرم‌های مختلف می‌تواند روشن سازد که کدام نوع محتوای رسانه‌ای بیشترین اثر را بر مقایسه زناشویی دارد. انجام پژوهش‌های مداخله‌ای نیز برای ارزیابی اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای زوجین، مداخلات مبتنی بر پذیرش، بازسازی شناختی و گفت‌وگوی زوجی پیشنهاد می‌شود.

پیشنهادهای برای عمل: مشاوران خانواده و زوج‌درمانگران می‌توانند در ارزیابی اولیه زوجین، پرسش‌هایی درباره اثر شبکه‌های اجتماعی، مقایسه رابطه‌ای و انتظارات عاطفی ناشی از فضای مجازی مطرح کنند. آموزش به زوجین درباره گزینشی بودن محتوای شبکه‌های اجتماعی، تفاوت میان رابطه واقعی و رابطه نمایش داده‌شده، و خطر تبدیل مشاهده به مطالبه می‌تواند مفید باشد. همچنین توصیه می‌شود زوجین درباره مرزهای مصرف رسانه‌ای، دنبال کردن صفحات محرک، انتشار جزئیات رابطه و تأثیر محتوای زناشویی بر احساسات خود گفت‌وگو کنند. تمرکز بر قدردانی از رفتارهای واقعی همسر، بازشناسی نقاط قوت رابطه، ایجاد آیین‌های عاطفی خصوصی و کاهش وابستگی به تأیید بیرونی می‌تواند به حفظ رضایت رابطه کمک کند. در سطح آموزشی نیز طراحی کارگاه‌های سواد رسانه‌ای برای زوجین جوان و آموزش مهارت‌های گفت‌وگوی عاطفی می‌تواند از شکل‌گیری انتظارات غیرواقع‌بینانه و تعارض‌های ناشی از مقایسه جلوگیری کند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان داد که مقایسه زناشویی در شبکه‌های اجتماعی پدیده‌ای پیچیده و چندلایه است که می‌تواند بر رضایت رابطه، تصویر ذهنی از ازدواج و انتظارات عاطفی اثر بگذارد. یافته‌ها نشان داد که بازنمایی گزینشی و ایده‌آل‌شده از زندگی زوج‌های دیگر در شبکه‌های اجتماعی، زمینه‌ساز مقایسه صعودی، احساس عقب‌ماندگی رابطه‌ای، برجسته‌شدن کاستی‌های همسر، بازتعریف ازدواج موفق و افزایش توقعات عاطفی می‌شود. با این حال، مشارکت‌کنندگان نشان دادند که آگاهی رسانه‌ای، گفت‌وگوی صریح زوجین و مرزبندی در مصرف شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اثرات منفی مقایسه را کاهش دهد. بنابراین، درک نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی زناشویی معاصر نیازمند توجه به

فرایندهای شناختی، هیجانی و رابطه‌ای است که در پس مشاهده ظاهراً ساده محتوای مجازی رخ می‌دهد. بر اساس نتایج، مداخلات زوج‌درمانی و آموزش‌های پیشگیرانه باید به موضوع مقایسه زناشویی، مدیریت انتظارات عاطفی و بازسازی معیارهای واقع‌بینانه از ازدواج توجه جدی داشته باشند.

موازین اخلاقی

در تمامی مراحل پژوهش حاضر اصول اخلاقی مرتبط با نشر و انجام پژوهش رعایت گردیده است.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافع وجود ندارد.

تشکر و قدردانی

از همه افرادی که در این پژوهش به ما یاری رساندند سپاسگزاری به عمل می‌آید.

References

- Abbasi, I. S. (2019). Social media and committed relationships: What factors make our romantic relationship vulnerable? *Social Science Computer Review*, 37(3), 425–434. DOI: 10.1177/0894439318770609
- Abbasi, I. S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity? *Personality and Individual Differences*, 139, 277–280. DOI: 10.1016/j.paid.2018.10.038
- Arikewuyo, A. O., Efe-Ozad, B., Dambo, T. H., Abdulbaqi, S. S., & Arikewuyo, H. O. (2021). An examination of how multiple use of social media platforms influence romantic relationships. *Journal of Public Affairs*, 21(3), e2240. DOI: 10.1002/pa.2240
- Bouffard, S., Giglio, D., & Zheng, Z. (2022). Social media and romantic relationship: Excessive social media use leads to relationship conflicts, negative outcomes, and addiction via mediated pathways. *Social Science Computer Review*, 40(6), 1523–1541. DOI: 10.1177/08944393211013566
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa
- Buunk, B. P., & Van Yperen, N. W. (1991). Referential comparisons, relational comparisons, and exchange orientation: Their relation to marital satisfaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(6), 709–717.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. DOI: 10.1089/cyber.2011.0324
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dainton, M. (2000). Maintenance behaviors, expectations for maintenance, and satisfaction: Linking comparison levels to relational maintenance strategies. *Journal of Social and Personal Relationships*, 17(6), 827–842. DOI: 10.1177/0265407500176007
- Elphinston, R. A., & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(11), 631–635. DOI: 10.1089/cyber.2010.0318
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. DOI: 10.1177/001872675400700202
- Finkel, E. J., Hui, C. M., Carswell, K. L., & Larson, G. M. (2014). The suffocation of marriage: Climbing Mount Maslow without enough oxygen. *Psychological Inquiry*, 25(1), 1–41. DOI: 10.1080/1047840X.2014.863723

- 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. DOI: 10.1037/0022-3514.76.1.129
- Gursoy, B. E., & Oner Ozkan, B. (2023). Social networking sites and relationship social comparison: Effect of relational and individual factors. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 13(1), e202308. DOI: 10.30935/ojcm/12864
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, 114523. DOI: 10.1016/j.socscimed.2021.114523
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319–340. DOI: 10.1037/0033-295X.94.3.319
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Morry, M. M., Sucharyna, T. A., & Petty, S. K. (2018). Relationship social comparisons: Your Facebook page affects my relationship and personal well-being. *Computers in Human Behavior*, 83, 140–167. DOI: 10.1016/j.chb.2018.01.038
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 441–444. DOI: 10.1089/cpb.2008.0263
- Price, A. A., Leavitt, C., Gibby, A. L., & Johnson, A. O. (2024). Social comparison as a barrier to relationship satisfaction through a weakened sense of self. *The American Journal of Family Therapy*, 52(4), 1–16. DOI: 10.1080/01926187.2023.2272907
- Rusbult, C. E. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16(2), 172–186. DOI: 10.1016/0022-1031(80)90007-4
- Smith LeBeau, L., & Buckingham, J. T. (2008). Relationship social comparison tendencies, insecurity, and perceived relationship quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 25(1), 71–86. DOI: 10.1177/0265407507086806
- 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. DOI: 10.1037/ppm0000047