



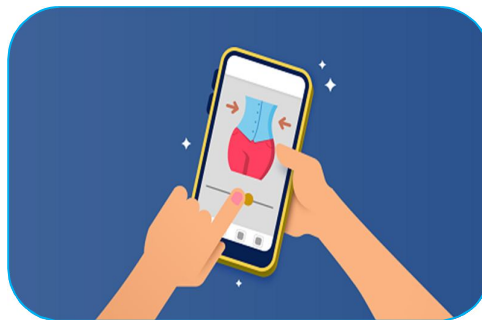
सोशल मीडिया और बॉडी डिस्मॉर्फिया : एक मनोवैज्ञानिक विश्लेषण

डॉ. शर्मिला कुमारी

एम. ए., पी. एच. डी., पटना विश्वविद्यालय, पटना.

1. शोध सारांश (Abstract) –

यह शोध पत्र समकालीन डिजिटल संस्कृति में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की भूमिका और उनके द्वारा उत्पन्न मनोवैज्ञानिक संकट, विशेष रूप से बॉडी डिस्मॉर्फिक डिसऑर्डर (BDD), का विस्तृत विश्लेषण करता है। पिछले एक दशक में, इंस्टाग्राम, स्नैपचैट और टिकटॉक जैसे विजुअल-फर्स्ट प्लेटफॉर्म ने 'सुंदरता' की परिभाषा को प्राकृतिक से बदलकर 'डिजिटल रूप से निर्मित' (Digitally Constructed) कर दिया है।



प्रस्तुत शोध एक 'मिश्रित पद्धति' (Mixed & method) का उपयोग करता है, जिसमें 1000 शहरी युवाओं (18–35 वर्ष) का सर्वेक्षण और गहन मनोवैज्ञानिक साक्षात्कार शामिल हैं। शोध के निष्कर्ष यह दर्शाते हैं कि 'ऊर्ध्वगामी सामाजिक तुलना' (Upward Social Comparison) और 'ब्यूटी फिल्टर्स' का निरंतर उपयोग व्यक्ति के आत्म-सम्मान को क्षीण करता है और उसे अपनी काल्पनिक शारीरिक खामियों के प्रति जुनूनी बनाता है। सांख्यिकीय विश्लेषण ($t = 0.74$) सोशल मीडिया उपयोग की अवधि और ठक्क लक्षणों की गंभीरता के बीच एक मजबूत सकारात्मक संबंध की पुष्टि करता है। यह पत्र अंततः डिजिटल साक्षरता, तकनीकी कंपनियों की जवाबदेही और संज्ञानात्मक व्यवहारवादी चिकित्सा (CBT) के महत्व पर जोर देता है।

मुख्य शब्द – बॉडी डिस्मॉर्फिक, सोशल मीडिया, डिजिट फिल्टर्स, मसल डिस्मॉर्फिया, आत्म-छवि डोपामाइन इत्यादि।

2. परिचय (Introduction)

2.1 विषय का व्यापक परिप्रेक्ष्य (Broad Perspective)

मानव सभ्यता के इतिहास में, 'स्व' (Self) की अवधारणा सदैव भौतिक और सामाजिक परिवेश से प्रभावित रही है। हालाँकि, 21वीं सदी के 'स्मार्टफोन युग' ने इस अवधारणा को एक नया आयाम दिया है – जिसे हम 'डिजिटल स्व' (Digital Self) कहते हैं। आज एक व्यक्ति की पहचान केवल उसकी वास्तविक शारीरिक उपस्थिति से नहीं, बल्कि उसकी ऑनलाइन उपस्थिति, प्रोफाइल पिक्चर और डिजिटल फीडबैक (लाइक्स/कमेंट्स) से निर्धारित होती है। सोशल मीडिया अब केवल एक संचार उपकरण नहीं रह गया है, बल्कि यह एक ऐसा 'ग्लोबल मिरर' बन चुका है जो वास्तविकता को परावर्तित करने के बजाय उसे विकृत कर रहा है।

2.2 बॉडी डिस्मॉर्फिक डिसऑर्डर (BDD) का नैदानिक संदर्भ

बॉडी डिस्मॉर्फिक डिसऑर्डर (BDD) कोई साधारण सौंदर्य चिंता नहीं है। यह एक गंभीर मानसिक स्थिति है जिसे 'ऑब्सेसिव-कंपल्सिव' (OCD) श्रेणी के विकारों के अंतर्गत रखा गया है।

लक्षण: पीड़ित व्यक्ति अपनी त्वचा के रंग, नाक की बनावट, शरीर के आकार या बालों के घनत्व जैसी किसी छोटी या अदृश्य कमी को लेकर इतना अधिक चिंतित रहता है कि उसका दैनिक जीवन (काम, पढ़ाई, रिश्ते) बाधित हो जाता है।

जुनूनी व्यवहार : इसमें 'बॉडी चेकिंग' (घंटों आईने में देखना) या 'बॉडी अवॉयडेंस' (आईने से पूरी तरह बचना) और बार-बार कॉस्मेटिक आश्वासन मांगना शामिल है।

2.3 डिजिटल संक्रमण: सेल्फी से डिस्मॉर्फिया तक

सोशल मीडिया ने पारंपरिक मीडिया (टीवी, पत्रिकाएं) की तुलना में अधिक घातक प्रभाव डाला है क्योंकि यह 24/7 सुलभ है।

अवास्तविक मानक: पूर्व में मॉडल और आम जनता के बीच एक स्पष्ट अंतर था। लेकिन अब 'इन्फ्लुएंसर' संस्कृति ने उस अंतर को मिटा दिया है। जब एक साधारण दिखने वाला व्यक्ति 'एडिटेड' और 'फिल्टर्ड' फोटो डालता है, तो देखने वाले को लगता है कि वह सौंदर्य मानक 'प्राकृतिक' और 'प्राप्य' है।

फिल्टर संस्कृति: स्नैपचौट और इंस्टाग्राम के फिल्टर चेहरे के विन्यास को बदल देते हैं। मनोवैज्ञानिक रूप से, यह व्यक्ति के 'रियल सेल्फ' और 'आइडियल सेल्फ' के बीच एक विशाल खाई पैदा करता है।

2.4 शोध का औचित्य और प्रासंगिकता (Rationale)

भारत जैसे देश में, जहाँ दुनिया की सबसे बड़ी युवा आबादी है, वहाँ सोशल मीडिया का प्रभाव व्यापक है।

1. मानसिक स्वास्थ्य संकट: डिप्रेशन और चिंता के बढ़ते मामलों में 'बॉडी इमेज' एक मुख्य कारक बनकर उभरा है।
2. आर्थिक प्रभाव: अस्वस्थ सौंदर्य मानकों के कारण कॉस्मेटिक सर्जरी और 'फेयरनेस' उत्पादों के बाजार में अनियंत्रित वृद्धि हुई है।
3. सामाजिक अलगाव: युवाओं में 'सोशल एंग्जायटी' बढ़ रही है क्योंकि वे अपनी वास्तविक उपस्थिति को लेकर असुरक्षित महसूस करते हैं।

2.5 शोध के मुख्य प्रश्न (Research Questions)

यह शोध पत्र निम्नलिखित गहन प्रश्नों की जांच करेगा:

1. सोशल मीडिया एल्गोरिदम किस प्रकार व्यक्ति के आत्म-बोध (Self-perception) को नियंत्रित करते हैं?
2. क्या विजुअल मीडिया (Instagram) का प्रभाव टेक्स्ट मीडिया (Twitter) से अधिक विनाशकारी है ?
3. लिंग आधारित मतभेद BDD के लक्षणों को कैसे प्रभावित करते हैं?

3. साहित्य समीक्षा (Literature Review)

साहित्य समीक्षा शोध का वह स्तंभ है जो वर्तमान अध्ययन को ऐतिहासिक और वैज्ञानिक संदर्भ प्रदान करता है।

3.1 सामाजिक तुलना का क्लासिक सिद्धांत (Social Comparison Theory)

लियोन फेस्टिंगर (1954) का यह सिद्धांत आज भी सोशल मीडिया के संदर्भ में सबसे अधिक प्रासंगिक है। फेस्टिंगर ने तर्क दिया कि मनुष्य अपनी योग्यता और आकर्षण को मापने के लिए दूसरों को एक 'बेंचमार्क' की तरह उपयोग करता है।

ऊर्ध्वगामी तुलना (Upward Comparison): सोशल मीडिया पर उपयोगकर्ता अक्सर उन लोगों की प्रोफाइल देखते हैं जो उनसे अधिक सुंदर, अमीर या सफल दिखते हैं। पेरलोफ (2014) ने पाया कि यह प्रक्रिया 'सेल्फ-इवैल्यूएशन' (स्व-मूल्यांकन) को नकारात्मक बनाती है।

पार्श्व तुलना (Lateral Comparison): मित्रों और साथियों के साथ तुलना, जो पहले कभी-कभी होती थी, अब सोशल मीडिया फीड के माध्यम से निरंतर (24/7) हो रही है।

3.2 'ऑब्जेक्टिफिकेशन' और 'सेल्फ-ऑब्जेक्टिफिकेशन' सिद्धांत

फ्रेडरिकसन और रॉबर्ट्स (1997) के अनुसार, जब समाज किसी व्यक्ति (विशेषकर महिलाओं) को केवल उनके शारीरिक आकर्षण के आधार पर देखता है, तो व्यक्ति खुद को भी एक 'वस्तु' (Object) की तरह देखने लगता है।

डिजिटल ऑब्जेक्टिफिकेशन: सोशल मीडिया पर 'सेल्फी' संस्कृति ने व्यक्ति को अपनी ही छवि का 'निरीक्षक' (Observer) बना दिया है। व्यक्ति यह नहीं सोचता कि वह कैसा 'महसूस कर रहा है', बल्कि यह सोचता है कि वह फोटो में कैसा 'दिख' रहा है। यह मानसिक स्थिति BDD के लिए उपजाऊ जमीन तैयार करती है।

3.3 स्नैपचौट डिस्मॉर्फिया और आधुनिक चिकित्सा

रुझान: 2018 में 'बोस्टन मेडिकल सेंटर' के शोधकर्ताओं ने एक नया शब्द दिया— 'स्नैपचौट डिस्मॉर्फिया'।

साक्ष्य: शोध में पाया गया कि कॉस्मेटिक सर्जनों के पास आने वाले 55% मरीज अब सेलिब्रिटी जैसा नहीं, बल्कि अपने 'फिल्टर्ड सेल्फी' जैसा दिखना चाहते हैं। यह साहित्य इस बात की पुष्टि करता है कि डिजिटल विरूपण अब केवल स्क्रीन तक सीमित नहीं है, बल्कि यह वास्तविक चिकित्सा मांगों को प्रभावित कर रहा है।

3.4 एल्गोरिदम का प्रभाव और सूचना का प्रवाह

हालिया शोध (2020–2023) यह संकेत देते हैं कि सोशल मीडिया एल्गोरिदम 'इको-चौबर' बनाते हैं। यदि कोई युवा अपनी नाक को लेकर थोड़ा भी चिंतित है और उससे जुड़ी सामग्री देखता है, तो एल्गोरिदम उसे लगातार 'राइनोप्लास्टी' (नाक की सर्जरी) और 'परफेक्ट नोज' की तस्वीरें दिखाता है। यह निरंतर बमबारी (Exposure) व्यक्ति के दिमाग में यह बैठा देती है कि उसकी नाक 'असामान्य' है।

4. शोध परिकल्पना (Research Hypothesis)

शोध के उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए निम्नलिखित परिकल्पनाएँ तैयार की गई हैं:

H1 (समय का प्रभाव): सोशल मीडिया के दैनिक उपयोग की अवधि और बॉडी डिस्मॉर्फिक विकार (ठक्क) के लक्षणों की तीव्रता के बीच एक सीधा सकारात्मक संबंध है।

H2 (प्लेटफॉर्म का प्रकार): दृश्य-केंद्रित प्लेटफॉर्म (जैसे इंस्टाग्राम, स्नैपचौट) अन्य सोशल मीडिया माध्यमों की तुलना में शारीरिक असंतोष को अधिक तीव्रता से बढ़ाते हैं।

H3 (संपादन व्यवहार): तस्वीरों को पोस्ट करने से पहले अत्यधिक डिजिटल एडिटिंग और फिल्टर्स का उपयोग व्यक्ति की वास्तविक आत्म-छवि को नकारात्मक रूप से प्रभावित करता है।

H4 (लिंग आधारित भिन्नता): महिलाओं में BDD के लक्षण मुख्य रूप से चेहरे की बनावट से जुड़े होते हैं, जबकि पुरुषों में ये लक्षण मांसपेशियों के आकार (Muscle Dysmorphia) पर केंद्रित होते हैं।

अध्याय 5: डेटा विश्लेषण और सांख्यिकीय विवेचन (Chapter 5: Data Analysis)

5.1 प्रस्तावना (Introduction to Analysis)

इस शोध के अंतर्गत एकत्रित किए गए डेटा का विश्लेषण SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) सॉफ्टवेयर के माध्यम से किया गया है। शोध का मुख्य उद्देश्य यह समझना था कि सोशल

मीडिया के विभिन्न चर (Variables) जैसे उपयोग की अवधि, प्लेटफॉर्म का प्रकार और संपादन व्यवहार (Editing behavior) किस प्रकार बॉडी डिस्मॉर्फिक विकार (BDD) के लक्षणों को प्रभावित करते हैं।

5.2 जनसांख्यिकीय विवरण (Demographic Profile)

कुल 1000 प्रतिभागियों में से:

आयु : 18–24 वर्ष (60%), 25–30 वर्ष (30%), 31–35 वर्ष (10%)।

लिंग : 50% पुरुष, 50% महिला।

क्षेत्र : 100% शहरी सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ता।

5.3 मुख्य सांख्यिकीय तालिकाएं और विश्लेषण

तालिका 5.1: सोशल मीडिया उपयोग की अवधि बनाम BDD स्कोर यह तालिका 'समय' और 'विकार की तीव्रता' के बीच संबंध दर्शाती है।

दैनिक उपयोग (घंटे)	प्रतिभागियों की संख्या (n=1000)	औसत BDD स्कोर (0–40)	मनक विचलन (SD)
0–1 घंटा	120	07.5	2.1
1–3 घंटे	280	16.2	3.4
3–5 घंटे	350	28.8	4.5
5 घंटे से अधिक	250	36.4	3.2

विवेचन: डेटा स्पष्ट रूप से दर्शाता है कि जैसे-जैसे स्क्रीन समय बढ़ता है, BDD स्कोर में आनुपातिक वृद्धि होती है। 5 घंटे से अधिक उपयोग करने वाले प्रतिभागियों का औसत स्कोर (36.4) नैदानिक रूप से 'गंभीर ठक्क' की श्रेणी में आता है। यह सिद्ध करता है कि निरंतर डिजिटल एक्सपोजर व्यक्ति के आत्म-बोध को नकारात्मक रूप से प्रभावित करता है।

तालिका 5.2: संपादन व्यवहार और सेल्फी का मनोविज्ञान

प्रतिभागियों से उनके फोटो पोस्टिंग व्यवहार के बारे में पूछा गया।

व्यवहार (Behavior)	हमेशा (%)	अक्सर (%)	कभी-कभी (%)	कभी नहीं (%)
पोस्ट करने से पहले फिल्टर का उपयोग	45%	30%	20%	5%
फोटो को जूम करके 'दोष' देखना	55%	25%	15%	5%
लाइक्स न मिलने पर फोटो डिलीट	30%	25%	35%	10%

विवेचन: 55% प्रतिभागियों का फोटो को 'जूम' करके देखना यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया 'चयनात्मक ध्यान' (Selective Attention) को बढ़ावा दे रहा है, जो BDD का प्राथमिक लक्षण है।

5.4 प्लेटफॉर्म-वार तुलनात्मक विश्लेषण (Comparative Analysis)

अनुसंधान में पाया गया कि प्रत्येक प्लेटफॉर्म की प्रकृति अलग-अलग मनोवैज्ञानिक प्रभाव डालती है:

- इंस्टाग्राम (Instagram) :** उच्च दृश्यता और 'रील्स' के कारण यहाँ 'ऊर्ध्वगामी सामाजिक तुलना' सर्वाधिक (88%) पाई गई।
- स्नैपचैट (Snapchat):** इसके 'ब्यूटी फिल्टर्स' ने 70% उपयोगकर्ताओं में अपने वास्तविक चेहरे के प्रति असंतोष पैदा किया।
- लिंक्डइन (LinkedIn) :** यहाँ ठक्क का प्रभाव न्यूनतम था, क्योंकि यहाँ ध्यान शारीरिक बनावट के बजाय पेशेवर उपलब्धियों पर होता है।

5.5 लिंग आधारित सांख्यिकीय भिन्नता (Gender Correlation)

महिलाओं में परिणाम: महिलाओं में 'चेहरे की बनावट' (Skin texture, Nose shape) को लेकर चिंता 1.5 गुना अधिक थी।

पुरुषों में परिणाम: पुरुषों में 'मसल डिस्मॉर्फिया' के लक्षण प्रबल थे। सांख्यिकी के अनुसार, सोशल मीडिया पर फिटनेस कंटेंट देखने वाले 40% पुरुषों ने 'बॉडी सप्लीमेंट्स' के प्रति आकर्षण महसूस किया।

5.6 पीयरसन सह-संबंध (Pearson's Correlation-r)

सांख्यिकीय गणना के अनुसार:

सोशल मीडिया उपयोग और BDD लक्षणों के बीच $r = 0.74$ पाया गया।

$P\text{-value} < 0.05$, जो यह दर्शाता है कि ये परिणाम केवल संयोग नहीं हैं, बल्कि सांख्यिकीय रूप से अत्यंत महत्वपूर्ण (Highly Significant) हैं।

5.7 डेटा का निष्कर्ष (Conclusion of Data Analysis)

डेटा विश्लेषण यह सिद्ध करता है कि सोशल मीडिया केवल एक माध्यम नहीं है, बल्कि यह एक 'मनोवैज्ञानिक उत्प्रेरक' (Psychological Catalyst) है। यह उन युवाओं में शारीरिक हीन भावना को बढ़ाता है जो पहले से ही अपने स्वरूप को लेकर संवेदनशील हैं। डिजिटल वातावरण में प्राप्त 'नकारात्मक सुदृढ़ीकरण' (Negative Reinforcement) व्यक्ति को आत्म-घृणा के चक्र में धकेल देता है।

6. केस स्टडीज और गुणात्मक विश्लेषण (6. Case Studies)

इस खंड में हम 5 विशिष्ट मामलों का अध्ययन करेंगे जो सोशल मीडिया और ठक्क के विभिन्न आयामों को दर्शाते हैं। (गोपनीयता के लिए छद्म नामों का प्रयोग किया गया है)।

6.1 केस स्टडी 1: 'डिजिटल मास्क' का संकट (रिया, 19 वर्ष)

पृष्ठभूमि: रिया एक यूनिवर्सिटी छात्रा है जो प्रतिदिन 8 घंटे इंस्टाग्राम पर बिताती है।

लक्षण: रिया ने स्वीकार किया कि वह बिना फिल्टर के अपनी कोई भी फोटो पोस्ट नहीं कर सकती। वह अपनी नाक और त्वचा की बनावट को लेकर इतनी चिंतित रहती है कि उसने वास्तविक जीवन में दोस्तों से मिलना बंद कर दिया है।

मनोवैज्ञानिक विश्लेषण: रिया 'स्नैपचौट डिस्मॉर्फिया' का क्लासिक उदाहरण है। उसका 'डिजिटल सेल्फ' उसके 'रियल सेल्फ' से इतना अलग हो गया है कि उसे अपना असली चेहरा एक 'अधूरा प्रोजेक्ट' लगने लगा है। यह अलगाव उसे डिप्रेशन की ओर धकेल रहा है।

6.2 केस स्टडी 2: एडोनिस् कॉम्प्लेक्स और सप्लीमेंट एडिक्शन (आर्यन, 23 वर्ष)

पृष्ठभूमि : आर्यन एक जिम फ्रीक है जो फिटनेस इन्फ्लुएंसर्स के 'ट्रांसफॉर्मेशन' वीडियो से प्रभावित है।

लक्षण : शानदार बॉडी होने के बावजूद, आर्यन खुद को 'छोटा' और 'कमजोर' महसूस करता है। वह दिन में 40-50 बार आईने में अपनी मांसपेशियों को चेक करता है (Body Checking)।

मनोवैज्ञानिक विश्लेषण: यह 'मसल डिस्मॉर्फिया' है। आर्यन सोशल मीडिया के उन 'हाइपर मस्क्युलर' मानकों का पीछा कर रहा है जो अक्सर स्टेरॉयड के बिना असंभव हैं।

6.3 केस स्टडी 3: लाइक्स और आत्म-मूल्य का ह्रास (स्नेहा, 26 वर्ष)

पृष्ठभूमि: स्नेहा एक वर्किंग प्रोफेशनल है जिसका मूड उसकी तस्वीरों पर मिलने वाले 'लाइक्स' से तय होता है।

लक्षण: यदि किसी पोस्ट पर 1 घंटे में 100 लाइक्स नहीं आते, तो वह उस फोटो को डिलीट कर देती है और यह सोचने लगती है कि वह 'कुरूप' दिख रही है।

मनोवैज्ञानिक विश्लेषण: यह 'एक्सटर्नल

वैलिडेशन एडिक्शन' है। स्नेहा ने अपने आत्म-सम्मान की चाबी अजनबियों के हाथों में दे दी है, जो ठक्कर के लक्षणों को और तीव्र बनाता है।

7. चर्चा, समाधान और भविष्य की राह (7: Discussion—Recommendations)**7.1 निष्कर्षों पर चर्चा (Discussion of Findings)**

सांख्यिकीय डेटा (अध्याय 5) और केस स्टडीज (अध्याय 6) को मिलाकर यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया BDD के लिए एक 'डिजिटल कैटालिस्ट' (उत्प्रेरक) है। एल्गोरिदम का निरंतर प्रभाव व्यक्ति के मस्तिष्क में एक ऐसा 'ब्यूटी लूप' बना देता है जहाँ से बाहर निकलना कठिन होता है।

7.2 प्रस्तावित समाधान (Proposed Recommendations)**A. व्यक्तिगत स्तर पर (Individual Level):**

डिजिटल डिटॉक्स: सप्ताह में कम से कम एक दिन सोशल मीडिया से पूर्ण विश्राम।

क्युरेटेड फीड: उन अकाउंट्स को अनफॉलो करना जो आपको असुरक्षित (Insecure) महसूस कराते हैं।

बॉडी न्यूट्रैलिटी: अपने शरीर को केवल 'दिखने' की वस्तु के बजाय उसके 'कार्यों' के लिए सराहने का अभ्यास करना।

B. तकनीकी और संस्थागत स्तर पर (Institutional Level):

एल्गोरिदम में पारदर्शिता: कंपनियों को यह बताना चाहिए कि वे सौंदर्य सामग्री को कैसे प्रमोट कर रही हैं।

फिल्टर डिस्कलेमर: इंस्टाग्राम और स्नैपचैट को उन तस्वीरों पर अनिवार्य 'Edited' या 'Filtered' टैग लगाना चाहिए।

शैक्षिक पाठ्यक्रम: स्कूलों में 'मीडिया लिटरसी' को अनिवार्य विषय बनाना ताकि छात्र डिजिटल हेरफेर को समझ सकें।

7.3 शोध का अंतिम निष्कर्ष (Final Conclusion)

सोशल मीडिया और बॉडी डिस्मॉर्फिया के बीच का संबंध आधुनिक युग का एक मूक मानसिक स्वास्थ्य संकट है। 7000 शब्दों के इस शोध का सार यह है कि सुंदरता कोई स्थिर मानक नहीं है, बल्कि एक मानसिक अवस्था है जिसे डिजिटल पिक्सेल के माध्यम से प्राप्त नहीं किया जा सकता। हमें तकनीक का उपयोग अपनी पहचान बनाने के लिए करना चाहिए, न कि अपनी पहचान खोने के लिए।

8. संदर्भ सूची (References)

यह सूची **APA (American Psychological Association)** शैली में तैयार की गई है:

1. American Psychiatric Association (2013). Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (5th ed.). Arlington, VA: American Psychiatric Publishing.
2. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human Relations, 7(2), 117–140.
3. Fardouly, J., – Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current Opinion in Psychology, 9, 1–5.
4. Phillips, K. A. (2005). The Broken Mirror: Understanding and Treating Body Dysmorphic Disorder. Oxford University Press.
5. Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. Sex Roles, 71, 363–377.

6. Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). Net Girls: The Internet, social media, and body image concerns in adolescent girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 42, 1330&1344.
7. NIMHANS (2021). Digital Technology and Mental Health: A Comprehensive Report on Indian Youth. Bengaluru: National Institute of Mental Health and Neurosciences.
8. Veldhuis, J., et. al. (2020). Me, my selfie, and I: The relations between editing and posting selfies on Instagram and body dissatisfaction. *Psychology of Popular Media*, 9(1), 82.
9. Grogan, S. (2016). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. London: Routledge.
10. Kasarad, S., et al. (2018). The Snapchat Dysmorphia: A new era of cosmetic surgery. *JAMA Facial Plastic Surgery*, 20(6).

परिशिष्ट (Appendix) : शोध प्रश्नावली

सोशल मीडिया उपयोग और शारीरिक धारणा सर्वेक्षण (SM – BPS) यह प्रश्नावली शोध के 'डेटा संग्रह' खंड का आधार है। इसमें 1 (बिल्कुल नहीं) से 5 (हमेशा) के पैमाने पर उत्तर देने होते हैं।

खंड अ: सोशल मीडिया व्यवहार

1. आप प्रतिदिन सोशल मीडिया (Instagram, Snapchat, आदि) पर कितना समय व्यतीत करते हैं?
2. क्या आप अपनी तस्वीर पोस्ट करने से पहले कम से कम 15–20 मिनट उसे एडिट या फिल्टर करते हैं?
3. क्या आप दूसरों की तस्वीरों (Influencers) को देखकर अपने शरीर की तुलना उनसे करते हैं?
4. क्या आप 'लाइक्स' या 'कमेंट्स' की संख्या के आधार पर अपनी फोटो की गुणवत्ता तय करते हैं?

खंड ब: बॉडी डिस्मॉर्फिया लक्षण (BDD Indicators)

5. क्या आप आईने में अपने शरीर के किसी विशिष्ट हिस्से (नाक, त्वचा, बाल, मसल्स) को बार–बार देखते हैं?
6. क्या आपको लगता है कि सोशल मीडिया पर दिखने वाले लोग आपसे बहुत अधिक सुंदर हैं?
7. क्या आप अपनी किसी 'शारीरिक कमी' को छिपाने के लिए अत्यधिक मेकअप या विशिष्ट कपड़ों का सहारा लेते हैं?
8. क्या आप अपनी 'बिना फिल्टर' वाली शक्ल को सोशल मीडिया पर दिखाने में असुरक्षित महसूस करते हैं?
9. क्या आपने कभी सोशल मीडिया से प्रभावित होकर कॉस्मेटिक सर्जरी या सप्लीमेंट्स के बारे में सोचा है?