

## تعیین روایی نسخه‌ی فارسی پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر بدن با استفاده از تحلیل عاملی

عذرا محمدپناه اردکان  
دکتر جلیل باباپورخیرالدین  
دکتر رحیم یوسفی

گروه روان‌شناسی، دانشگاه علوم پزشکی تبریز،  
تبریز، ایران.

**زمینه و هدف:** هدف این پژوهش، بررسی شاخص‌های روان‌سنجی پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر بدن بود.

**روش اجرا:** نمونه‌ی پژوهش حاضر، ۲۵۰ نفر از دانش‌آموزان (۱۷۳ دختر و ۷۷ پسر) دبیرستان‌های شهرستان ابرکوه بود که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی انتخاب شدند و به پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر پاسخ دادند. اعتبار این پرسش‌نامه به دو شیوه‌ی همسانی درونی و دونیمه‌سازی بررسی گردید که به ترتیب ضرایب اعتبار ۰/۷۷ و ۰/۵۵ حاصل شد. برای مطالعه‌ی روایی پرسش‌نامه‌ی مزبور از روش روایی سازه (تحلیل عوامل) استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتیجه‌ی تحلیل عوامل، با استفاده از روش چرخشی واریمکس و براساس آزمون Scree، بیانگر وجود چهار عامل درونی‌سازی - کلی، درونی‌سازی - ورزشکار، اطلاعاتی و فشارها در این پرسش‌نامه بود که در مجموع ۳۷/۶۱٪ از واریانس کل آزمون را تبیین می‌نمودند.

**نتیجه‌گیری:** در مجموع، نتایج پژوهش، اعتبار و روایی مطلوب فرم فارسی پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر را تأیید می‌کند و بیانگر این مسئله است که به آسانی می‌توان از این ابزار در موقعیت‌های بالینی و پژوهشی برای بررسی نگرش فرد نسبت به ظاهر خود متأثر از عوامل فرهنگی و اجتماعی استفاده کرد.

**کلیدواژه‌ها:** پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی اجتماعی در مورد ظاهر، روایی، اعتبار

دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۱۰/۲۱ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۱۲/۲۷

پوست و زیبایی؛ بهار ۱۳۹۳، دوره‌ی ۵ (۱): ۳۲-۲۲

نویسنده‌ی مسئول:  
عذرا محمدپناه اردکان

اردکان، بلوار شهید بهشتی، مرکز آموزش عالی  
آزاد اردکان، کد پستی: ۸۹۵۱۷۹۷۸۸۶  
پست الکترونیک:  
azramohammadpanah@yahoo.com

تعارض منافع: اعلام نشده است.

### مقدمه

که اهمیت تصویر بدنی و جذابیت ظاهری در بین زنان و نوجوانان بیشتر از سایر اقشار جامعه است<sup>۱،۲</sup>. بنابراین، زنان و نوجوانان به‌طور اجتماعی برای درگیر شدن در طرح‌های بدنی تشویق می‌شوند و از آن‌ها انتظار می‌رود در بدن‌های خود دست‌کاری کنند<sup>۳</sup>. در این رابطه مباحث اجتماعی - فرهنگی که درباره‌ی ظاهر و بدن به‌وجود می‌آید مملو از پیام‌هایی است که زیبایی زنان و جذابیت آن‌ها را با مناسب بودن برابر می‌کند<sup>۴</sup>. برخی از محققان، این عامل را فشارهای هنجاری می‌دانند؛ فشارهای هنجاری از طرف

تصویر بدنی، بازنمایی درونی ظاهر بیرونی فرد است که این بازنمایی ابعاد جسمانی و ادراکی و نگرش نسبت به آن‌ها را در برمی‌گیرد. از آن‌جا که ظاهر، بخش مهمی از هویت فرد است و در موقعیت‌های اجتماعی، بلافاصله در برخورد با دیگران نمایان می‌شود، بنابراین اهمیت این سازه‌ی شخصیتی بسیار بارز است. البته میزان اهمیت و توجه به این حیطة در اقشار مختلف متفاوت است. مثلاً، تحقیقات نشان داده

مطلوب‌ها گاه خود را در قامت الگوهای نقشی هم‌چون بازیگران و ستارگان سینما و موسیقی یا ورزشکاران مشهور عیان می‌سازند و گاه از طریق جریان‌های مد به افراد عرضه می‌شوند و در مواردی نیز سنت‌های ریشه‌دار یا ارزش‌های مذهبی آن‌ها را نمایندگی می‌کنند.<sup>۱۴</sup> هم‌چنین تحقیقات متعددی نشان داده است که ورزش و تمرینات بدنی منظم از جمله عواملی است که می‌تواند تأثیر مثبتی بر روی خودآگاهی و ادراک فرد از بدن خود داشته باشد؛ به عبارتی ورزشکاران به عنوان الگوهای بدن ایده‌آل، می‌توانند از طریق برنامه‌های مداخله‌ای چون ورزش، تمرینات بدنی و برنامه‌های کاهش وزن، در شکل‌گیری خودپنداره‌ی بدنی افراد از جمله زنان نقش مهمی داشته باشند.<sup>۱۵ و ۱۶</sup>

عامل بعدی نقش رسانه‌ها است، به طوری که امروزه آگهی‌ها و مقالات زیادی در مورد جراحی زیبایی مشاهده می‌شود و نه فقط مجله‌های زنان، بلکه برنامه‌های رایج در تلویزیون، رادیو و اینترنت نیز در این مورد مباحثی را مطرح می‌نمایند.<sup>۱۷</sup> هم‌چنین تأکید رسانه‌ها و مجلات به لاغری و رژیم‌های غذایی، می‌تواند عامل مؤثری در ابتلا به اختلالات خوردن، تصویر بدنی منفی و در نتیجه جست‌وجو برای انجام عمل جراحی زیبایی باشد.<sup>۱۸</sup>

همان‌طور که در بالا اشاره شد، فرهنگ نیز در تصور افراد از بدن خود نقش بسزایی دارد. فرهنگ‌ها و دوره‌های زمانی مختلف، زیبایی را به صورت متفاوت تعریف می‌کنند. برای مثال، در آمریکای شمالی سینه‌ها و پستان‌های بزرگ و برآمده بسیار محبوب و مورد توجه هستند، ولی در برزیل زنان معمولاً متحمل جراحی زیبایی می‌شوند تا سینه‌ها را کوچک و ران و باسن را بزرگ نمایند و در اوگاندا و پرو، زنان سنگین‌تر و چاق‌تر زیبا به نظر می‌رسند. حتی در این کشورها زیبایی آرمانی از یک نسل به نسل دیگر نیز تغییر یافته است.<sup>۱۹</sup>

متن و شرایط اجتماعی - فرهنگی<sup>۲۰</sup>؛ خانواده و دوستان<sup>۲۱</sup>؛ استانداردهای زیبایی در جامعه<sup>۲۲</sup> و رسانه، که شامل تبلیغات در تلویزیون، ماهواره، مجلات، ستاره‌های سینما می‌باشد<sup>۲۳-۲۴</sup>، وارد می‌شود.

براساس نظریه‌ی شناختی - رفتاری، میزان درجه‌ی ارزیابی افراد از ظاهر خود بستگی به طرح‌واره‌های‌شان در رابطه با ظاهر دارد.<sup>۲۵</sup> طرح‌واره‌های مربوط به تصویر بدنی، به‌عنوان الگوهای شناختی برای ارزیابی ظاهر فرد و هیجانات مربوط به تصور از بدن به کار می‌رود. در هنگام وقوع رویدادها، افکار و هیجانات مربوط به تصویر بدنی، فعالیت‌های تنظیمی و سازگارانه یا راهبردهای مقابله را برمی‌انگیزانند.<sup>۲۶</sup>

صرف‌نظر از نقش مستعدکننده‌ی نگرانی درباره‌ی تصویر بدنی و نارضایتی از آن، در ایجاد اختلالات بالینی مثل افسردگی، بی‌اشتهایی روانی، اختلال بدشکلی بدنی، اضطراب و ...، این‌گونه نگرانی‌ها در بین افرادی که فاقد اختلالات بالینی هستند نیز شیوع گسترده‌ای داشته و کارکردهای روان‌شناختی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از سوی دیگر، اکثر مطالعاتی که بررسی عوامل مؤثر در شکل‌دهی و تداوم نگرانی درباره‌ی تصویر بدنی و نارضایتی از آن پرداخته‌اند، به نگرش‌ها و ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی، به‌عنوان یک عامل مهم و تعیین‌کننده، توجه داشته‌اند. از این‌رو، با توجه به این‌که بافت فرهنگی هر جامعه ارزش‌های خاص خود را می‌پروراند و بر آن‌ها تأکید می‌کند، توجه به عوامل و شرایط این‌گونه نگرانی‌ها و پیامدهای آن، در بافت فرهنگی جامعه‌ی ایران و به‌خصوص در میان قشری از افراد جامعه که بیشتر مستعد این‌گونه نگرش‌ها و رفتارها هستند، ضروری به نظر می‌رسد.<sup>۲۷</sup>

زمانی که صحبت از نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی بر شکل‌گیری تصویر از بدن می‌شود، منظور انتظاری است که شخص بر مبنای مطلوب‌های تعریف‌شده در جامعه از بدن خود پیدا می‌کند. این

می‌گذارد<sup>۱۹</sup>؛ به این صورت که تشویق اعضای خانواده به‌ویژه والدین، به کنترل وزن بدن و حفظ ظاهر جسمانی یک پیش‌بینی‌کننده‌ی قوی برای شکل‌گیری تصویربدنی فرزندان می‌باشد<sup>۲۰</sup>. علاوه بر این، نزدیکی و گرمی روابط مادران و دختران‌شان، به‌عنوان یک عامل حمایتی برای عدم ابتلا به اختلالات خوردن و عدم شکل‌گیری یک تصویر بدنی منفی در نظر گرفته می‌شود<sup>۲۱</sup>. هم‌چنین اگر آن‌ها به‌طور مداوم اقدام به رژیم گرفتن کنند، به‌ویژه اگر آن‌ها وزنی مشابه وزن فرد موردنظر داشته باشند، می‌توانند بر فرد و تصویر بدنی وی و هم‌چنین ابتلا به اختلالات خوردن مؤثر باشند<sup>۱۳</sup>.

افزون بر این، یافته‌های حاصل از یک پژوهش نشان داد که تأثیر اظهارات والدین بر تصویر بدنی فرزندان در هر دو گروه قومیتی سیاه و سفید، ولی به‌صورت متفاوت مشاهده می‌شود. برای مثال، در جامعه‌ی سیاه‌پوستان، انواع متفاوت‌تری از بدن‌ها و ظاهر جسمانی پذیرفته شده است و این امر ممکن است به این معنی باشد که والدین سیاه‌پوست احتمال کمتری دارد که دختران‌شان را برای کاهش وزن تحت فشار قرار دهند و بدین ترتیب دختران‌شان را از شکل‌گیری یا داشتن یک تصویر بدنی منفی حفظ می‌نمایند و از آن‌جایی که نوع تصویر بدنی با احتمال تقاضا برای جراحی زیبایی مرتبط می‌باشد، بنابراین والدین و بازخوردهای آن‌ها در مورد ظاهر بدنی فرزندان‌شان نیز می‌تواند عامل مهمی در انتخاب این نوع جراحی‌ها باشد<sup>۲۲</sup>.

یکی دیگر از عوامل مطرح‌شده در خودسازی (self-making) از طریق بازسازی و ترمیم، موضوع جنسیت است. به‌طوری که مشاهده می‌شود اکثریت جراحان زیبایی مذکر و اکثریت متقاضیان جراحی زیبایی مؤنث هستند<sup>۱۷</sup>. بنابراین، با توجه به این‌که بافت فرهنگی هر جامعه ارزش‌های خاص خود را می‌پروراند و بر آن‌ها تأکید می‌کند، توجه به عوامل و شرایط این‌گونه نگرانی‌ها و پیامدهای آن، در بافت

زنان آمریکایی آفریقایی‌تبار، با این‌که لاغر و ضعیف به نظر می‌رسند، به‌ندرت تصویر بدنی منفی دارند و کمتر خودشان را با زنان سفیدپوستی که در تلویزیون نشان داده می‌شوند، مقایسه می‌کنند و در نتیجه کمتر برای جراحی زیبایی داوطلب می‌شوند، درحالی که زنان سفیدپوست این کار را انجام می‌دهند. به‌طور کلی، زنان آمریکایی آفریقایی‌تبار احساس بهتری در مورد بدن و ظاهر خود دارند، شاید به این دلیل آن‌ها یک وزن بدنی واقع‌گرایانه‌تر را به‌صورت ایده‌آل در نظر می‌گیرند و تمایل دارند زیبایی را از طریق مفاهیمی چون شخصیت، رفتار و سبک زندگی نه وزن و ظاهر بدنی، تعریف کنند<sup>۱۳</sup>.

برخی اشکال اصلاح و تغییر بدن در فرهنگ امروزی کاملاً پذیرفته شده است، مثل سفیدکردن و مرتب‌سازی دندان‌ها، صاف‌کردن، فر کردن و رنگ کردن مو، خال‌کوبی و یا در بعضی کشورها دوختن مهره‌هایی به پوست و کاشتن شاخ بر بدن. با این‌که این روش‌ها هزینه‌ها و شاید خطرهای بالایی دربرداشته باشند، ولی امروزه حتی در میان نوجوانان و جوانان امری رایج و پسندیده است<sup>۱۳</sup>.

لازم به ذکر است که اقشار پایین‌تر از متوسط از نظر طبقه‌ی اجتماعی بیشتر در بین متقاضیان زیبایی مشاهده می‌شوند و این امر می‌تواند بیانگر اهمیت اجتماعی زیبایی و تمایل این افراد جهت کسب موقعیت بالاتر و دست‌یابی به احترام بیشتر باشد و هم‌چنین رفتارهای معطوف به زیبایی و جذابیت بدنی به‌عنوان بخشی از یک سبک زندگی می‌تواند تمایزبخش اقشار مختلفی باشد که واجد تعلق طبقاتی و پایگاهی واحدی هستند<sup>۱۸</sup>.

افزون بر موارد اشاره شده در بالا، اعضای خانواده نیز می‌توانند در شکل‌گیری تصویر بدنی افراد نقش عمده‌ای ایفا نمایند. توجه و تأیید والدین و دیگر اعضای خانواده، یا غفلت، کنایه‌ها و انتقادات آن‌ها، بر تصور نوجوانان از خودشان به‌خصوص دختران، تأثیر

طلایی در سطح جهان در نظر گرفته می‌شود. در اصل یا به‌طور کلی پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های اجتماعی فرهنگی نسبت به ظاهر، آگاهی از ایده‌آل‌ها و الگوهای فرهنگی در مورد زیبایی در زنان (مؤلفه‌ی آگاهی)، و سطوح پذیرش و درونی‌سازی این الگوها و ایده‌آل‌ها (مؤلفه‌ی درونی‌سازی) را اندازه می‌گیرد. ویراست جدید این پرسش‌نامه با افزودن عباراتی در مورد ورزشکاران تهیه شد<sup>۲۳</sup>.

سومین و آخرین ویراست این پرسش‌نامه، چهار مؤلفه و ۳۰ عبارت را شامل می‌شود (پیوست ۱). نسخه‌ی فارسی این ابزار در قالب پیوست ۲ ارائه شده است. نمره‌گذاری این پرسش‌نامه براساس مقیاس لیکرت بوده و گزینه‌ها به‌صورت کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشند. عبارات شماره‌ی (۳، ۶، ۹، ۱۲، ۱۳، ۱۹، ۲۷ و ۲۸) نمره‌گذاری معکوس دارند. پرسش‌نامه تأکید بر ۴ مقیاس نظری؛ ۲ عامل براساس عوامل درونی‌سازی و ۲ عامل تأکید بر عوامل اطلاعاتی دارند. مؤلفه‌ی اول شامل ۹ عبارت بوده و درونی‌سازی - کلی (Internalization-General [I-GEN])، نامیده می‌شود و تأثیرات رسانه‌ها از قبیل تلویزیون، مجلات و فیلم‌ها را مورد سنجش قرار می‌دهد (۳، ۴، ۷، ۸، ۱۱، ۱۲، ۱۵، ۱۶ و ۲۷). مؤلفه‌ی دوم، پنج عبارت را شامل شده و درونی‌سازی - ورزشکار (Internalization-Athlete [I-ATL]) نام دارد، و درونی‌ساختن الگوهای ورزشی را می‌سنجد (۱۹، ۲۰، ۲۳، ۲۴ و ۳۰). دو مؤلفه‌ی دیگر، اطلاعاتی (Information [INFO]) شامل ۹ عبارت که به بررسی این موضوع می‌پردازد که تا چه اندازه رسانه‌های مختلف منابع اطلاعاتی مهم در مورد ظاهر می‌باشند (۱، ۵، ۹، ۱۳، ۱۷، ۲۱، ۲۵، ۲۸ و ۲۹)؛ و مؤلفه‌ی فشارها (Pressures [PRES]) شامل ۷ عبارت که احساسات فردی حاصل از مواجهه با تصاویر و پیام‌های رسانه‌ها راجع به اصلاح و تغییر ظاهر را می‌سنجد (۲، ۶، ۱۰، ۱۴، ۱۸، ۲۲ و ۲۶) (Markland و Thompson, Oliver و همکاران و

فرهنگی جامعه‌ی ایران و به‌خصوص در میان قشری از افراد جامعه که بیشتر مستعد این‌گونه نگرش‌ها و رفتارها هستند، ضروری به‌نظر می‌رسد. برای این منظور، از بین ابزارهای متعددی که در این زمینه وجود دارند، پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر بدنی<sup>۲۴</sup>، به دلیل کوتاه‌بودن، سهولت اجرا و انطباق سؤالات با فرهنگ جامعه‌ی ایرانی، انتخاب گردید.

## روش اجرا

### جامعه‌ی آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

این پژوهش مقطعی، در چهارچوب یک طرح غیرآزمایشی از نوع هم‌بستگی انجام گرفته است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهرستان ابرکوه از استان یزد شامل می‌شود. گروه نمونه‌ی این پژوهش ۲۵۰ نفر دانش‌آموز (۱۷۳ دختر و ۷۷ پسر)، بودند که به شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی انتخاب شدند. برای این منظور از بین دبیرستان‌های دخترانه و پسرانه شهرستان ابرکوه، سه مدرسه‌ی دخترانه و دو مدرسه‌ی پسرانه و از هر کدام چند کلاس به‌طور تصادفی انتخاب گردید و تمام دانش‌آموزان کلاس‌های انتخاب‌شده با رضایت کامل در این پژوهش شرکت کردند.

### ابزار پژوهش

پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی نسبت به ظاهر

پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی نسبت به ظاهر (Socio-cultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3 (SATAQ-3) ویراست‌های گوناگونی تهیه شده است و یکی از پرکاربردترین ابزارها جهت سنجش فشارهای اجتماعی - فرهنگی و درونی‌سازی الگوها و ایده‌آل‌های زیبایی می‌باشد. بدین لحاظ، این ابزار به‌عنوان یکی از ابزارهای

جدول ۱: مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه‌ی آزمون.

گروه	تعداد (%)	میانگین سنی	انحراف معیار
مؤنث	۱۷۳ (۶۹٫۲)	۱۵٫۴۹	۰٫۹۶
مذکر	۷۷ (۳۰٫۸)	۱۵٫۹۹	۰٫۸۳
کل نمونه	۲۵۰ (۱۰۰)	۱۵٫۶۴	۰٫۹۵

Sanchez-Carracedo و همکاران)<sup>۲۳</sup>. مسأله‌ی قابل توجه این است که این آزمون توسط محققان مختلف در کشورهای متفاوتی بررسی شده و به زبان‌هایی مانند عربی توسط Hawks و همکاران، چینی توسط Chen و Jackson، فرانسه توسط Rousseau و همکاران، آلمانی توسط Paxton و همکاران و مالایی توسط Swami ترجمه شده است و همه‌ی آن‌ها اعتبار و پایایی مناسبی را گزارش کردند<sup>۲۳</sup>.

## یافته‌ها

فراوانی شرکت‌کنندگان در گروه‌های جنسیتی براساس مشخصه‌های آمار توصیفی در جدول ۱ نشان داده شده است.

در پژوهش حاضر، آلفای کرونباخ ( $\alpha$  Cronbach) برابر ۰٫۷۷ به‌دست آمد که نشانه‌ی همسانی درونی فرم ایرانی این مقیاس محسوب می‌شود. هم‌چنین، در محاسبه‌ی پایایی با روش دو نیمه‌کردن، آلفای کرونباخ نیمه‌ی اول ۰٫۶۳ و نیمه‌ی دوم ۰٫۶۴ و همبستگی بین دو نیمه ۰٫۵۵ محاسبه شد.

۳۰ سؤال مقیاس نگرش‌های فرهنگی اجتماعی راجع به ظاهر، با استفاده از نسخه‌ی ۱۹ نرم‌افزار

بسته‌ی آماری برای علوم اجتماعی (Statistical Package for the Social Sciences) (SPSS [SPSS® Statistics, IBM®, New York, NY, USA]) با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی (Principal Component Analysis-[PCA]) با چرخش واریماکس، مورد تحلیل قرار گرفتند. قبل از اجرای PCA، مناسب‌بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی مورد سنجش قرار گرفت. بررسی ماتریس همبستگی وجود ضرایب ۰٫۳ و بالاتر را نشان داد. مقدار Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) برابر ۰٫۷۷ بود که این مقدار بیش‌تر از مقدار پیشنهادی ۰٫۶ می‌باشد. آزمون کرویت بارتلت (Barlett's test of sphericity) به سطح معناداری آماری رسیده بود که عامل‌یابی ماتریس همبستگی را مورد تأیید قرار می‌داد.

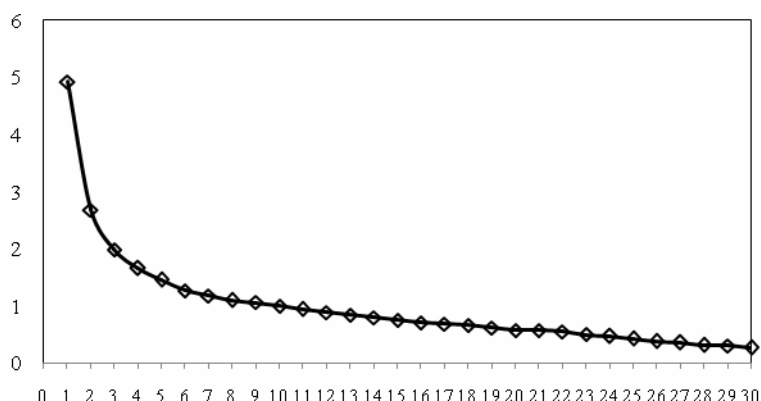
تحلیل مؤلفه‌های اصلی وجود چهار مؤلفه را با ارزش‌های بیشتر از ۱ نشان داد که به ترتیب ۱۷٫۳۶٪، ۹٫۰۱٪، ۶٫۰۶٪ و ۵٫۱۸٪ واریانس را تبیین می‌کردند. عامل اول ۱۳ عبارت، عامل دوم ۸ عبارت، عامل سوم ۴ عبارت و عامل چهارم ۵ عبارت را شامل شد. جدول ۲، نتایج تحلیل عوامل بعد از چرخش را خلاصه می‌کند. بررسی نمودار Scree نیز ۴ عامل را تأیید کرد (شکل ۱). در جدول ۳، وزن عاملی هر ماده برای هر عامل ذکر شده است.

## بحث

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر دارای

جدول ۲: شاخص‌های روان‌سنجی تحلیل عاملی پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر.

عوامل	ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تراکمی واریانس تبیین شده	شماره‌ی پرسش
درونی‌سازی - کلی (عامل اول)	۵٫۲۰	۱۴٫۵۳	۱۴٫۵۳	۲۷ و ۲۶، ۲۰، ۱۸، ۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۲، ۱۱، ۹، ۸، ۷، ۴
اطلاعاتی (عامل دوم)	۲٫۷۰	۹٫۲۱	۲۳٫۷۴	۲۹ و ۲۸، ۲۵، ۲۱، ۱۷، ۱۳، ۵، ۱
درونی‌سازی - ورزشکار (عامل سوم)	۱٫۸۱	۷٫۰۶	۳۰٫۸۱	۳۰ و ۲۴، ۲۳، ۲۲
فشارها (عامل چهارم)	۱٫۵۵	۶٫۸۰	۳۷٫۶۱	۱۹ و ۱۰، ۶، ۳، ۲



شکل ۱: نمودار Scree.

همبستگی بین دو نیمه این پرسش‌نامه ۰/۵۵ بوده ( $P < ۰/۰۱$ ). با توجه به فرمول بالا ضریب قابلیت اعتبار کل آزمون ۰/۷۱ به دست می‌آید. هم‌چنین ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسش‌نامه برابر ۰/۷۷ محاسبه شد که با ضریب اعتبار فرم اصلی این ابزار ۰/۷۳، یعنی ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ برای کل پرسش‌نامه نزدیک بوده و این نتایج نشانگر رضایت‌بخش بودن و معنادار بودن اعتبار این پرسش‌نامه در فرهنگ ایران است.

اعتبار مناسبی است. یکی از راه‌های محاسبه‌ی ضریب قابلیت اعتبار ابزار اندازه‌گیری روش تنصیف یا دو نیمه کردن است. برای محاسبه‌ی ضریب قابلیت اعتبار کل آزمون از فرمول Spearman-Brown به شکل زیر استفاده می‌شود<sup>۲۴</sup>:

$$\text{ضریب قابلیت اعتبار کل آزمون} = \frac{2 \times \text{همبستگی بین دو نیمه}}{1 + \text{همبستگی بین دو نیمه}}$$

جدول ۳: وزن عاملی هر پرسش در هر عامل.

شماره‌ی پرسش	وزن در عامل اول	وزن در عامل دوم	وزن در عامل سوم	وزن در عامل چهارم
۷	۰/۷۰			
۱۶	۰/۶۹			
۸	۰/۶۶			
۱۱	۰/۶۵			
۴	۰/۶۱			
۱۵	۰/۶۰			
۲۳	۰/۵۹		۰/۸۰	
۱۴	۰/۵۷		۰/۷۲	
۲۰	۰/۵۲		۰/۶۸	
۱۸	۰/۴۱		۰/۴۲	
۱۲	۰/۳۷			۰/۶۰
۹	۰/۲۸			۰/۵۸
۲۷	۰/۲۶			۰/۵۴
۲۵		۰/۶۸		۰/۴۰
۱۷		۰/۶۴		۰/۲۲

پژوهش‌های مربوط به تصویر بدنی در ایران قابلیت کاربرد داشته باشد.

در پژوهش حاضر امکان دسترسی به افراد با تصویر بدنی منفی میسر نشد و براساس این محدودیت پیشنهاد می‌شود ابزار حاضر در مورد گروه‌های دارای تصویر بدنی منفی مثل افراد داوطلب جراحی زیبایی نیز اعتباریابی گردد. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به بررسی رابطه‌ی ابزار حاصل از پژوهش با مقیاس‌های تصویر بدنی و باورها در مورد ظاهر به‌منظور دانش‌افزایی و شناسایی همبندی‌ها و افتراق‌های این دو مؤلفه پردازند.

### تشکر و قدردانی

به این وسیله از سرکار خانم شمس که در انجام این پژوهش همکاری نمودند و هم‌چنین از دانش‌آموزان محترم دبیرستان‌های مختلف شهرستان ابرکوه که با نهایت صداقت به تکمیل پرسش‌نامه‌ها مبادرت ورزیدند، قدردانی می‌شود. این مطالعه بدون حمایت مالی نهاد خاصی انجام گرفته و با منافع شخصی نویسندگان ارتباطی نداشته است.

در این مطالعه، جهت بررسی ساختار عاملی پرسش‌نامه، از روش تحلیل عاملی استفاده شده است. نتیجه‌ی بررسی حاضر نشان داد که پرسش‌نامه از چهار عامل اصلی درونی‌سازی - کلی، اطلاعاتی، درونی‌سازی - ورزشکار و فشارها تشکیل شده است. نتایج تحلیل عوامل نشان داد که ساختار، تعداد و ترتیب عوامل فرم فارسی پرسش‌نامه‌ی مذکور، مانند فرم اصلی<sup>۲۳</sup> است. هم‌چنین نتایج بیانگر این موضوع است که رسانه‌ها و نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی<sup>۱۱-۱۵، ۱۶-۱۸</sup> و ورزشکاران و الگوهای ورزشی در جامعه<sup>۱۶، ۱۵</sup> عوامل مؤثری در شکل‌گیری باور افراد در مورد ظاهر خود می‌باشند.

در یک جمع‌بندی کلی، ضرایب بالای گزارش‌شده برای پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی در مورد ظاهر در این پژوهش و مشابهت آن با ضرایب مؤلفان مقیاس در فرهنگ اصلی و دیگر پژوهش‌گران در سایر فرهنگ‌ها، نشانگر ساده و سلیس بودن عبارات آزمون در زبان انگلیسی و نیز در زبان فارسی است و این که انطباق نسخه‌ی اصلی با فرهنگ ایرانی به‌صورت مطلوب انجام گرفته است. بنابراین، ابزار حاصل از این پژوهش می‌تواند در

### References

1. Mohammadi N, Sajjadinejad MS. [Evaluation of psychometric indexes worry questionnaire about body image and testing of relative model of BMI, dissatisfaction of body image and self-esteem in juvenile girls]. Quarterly Journal of Psychological Studies of Alzahra University 2008; 3: 85-101. [Persian]
2. Zamani SN, Fazilatpour M. [The effects of eosmetic surgery on patients' self-esteem and negative 2 image of themselves]. Journal of Kerman University of Medical Siences 2013; 20:492-504. [Persian]
3. Noghani M, Mazloun Khorasani M, Varshoe S. [Effective social factors on women's cosmetic surgery]. Journal of Women's Studies (Sociological & Psychological) 2011; 8: 75-101. [Persian]
4. Ogle JP, Damhorst ML. Critical reflections on the body and related socio-cultural discourses at the midlife transition: an interpretive study of women's experiences, J Adult Dev 2005; 12: 1-18.
5. Morgan A. Evaluating risk and pain in elective cosmetic surgery. Illness, Bodies and contexts. Inter-Disciplinary Press, Oxford, United Kingdom. 2005; 217-27.
6. Gimlin D. The absent body project: Cosmetic surgery as a response to bodily disappearance. Sociology 2006; 40: 699-716.

7. Farzaneh H. [Women and body culture: Effective factors on tendency to cosmetic surgery in Tehran]. Thesis for the Degree Master of Science (Arts) In Psychology 2007; Tehran: Allameh Tabatabayi University. [Persian]
8. Zokayi MS. [Sociology of Iranian youth]. Tehran: Agah 2008. [Persian]
9. Heyes C. Cosmetic surgery and the televisual makeover. *Fem Media Stud* 2007; 7: 17-32.
10. Swami V, Arteche A, Chamorro-Premuzic T, et al. Looking good: Factors affecting the likelihood of having cosmetic surgery. *Eur J Plast Surg* 2007; 30:211-18.
11. Adelman M, Ruggi L. The beautiful and the abject, gender, Identity and constructions of the body in contemporary Brazilian culture. *Current Sociology* 2008; 56: 555-86.
12. Hrabosky JI, Cash TF, Veale D, et al. Multidimensional body image comparisons among patients with eating disorders, body dysmorphic disorder, and clinical controls: A multisite study. *Body Image* 2009; 6: 155-63.
13. Williams H. *Body image*. Greenhaven Press, a Part of Gale, Cengage Learning, Detroit; 2009.
14. Heydari CM, Kermani M. [Relation of aesthetics beliefs with body image and method of appearance management in youth]. *Journal of Iranian Social Studies* 2011; 4: 30-49. [Persian]
15. Zarshenas S, Karbalaee Noree A, Hosseini SA, et al. [The effect of aerobic exercise on women's attitudes about body image] *Journal of Rehabilitation of Social Welfare and Rehabilitation Sciences University* 2010; 11: 15-20. [Persian]
16. Ardestani A. [Comparison of social attitudes of athletes and non-athletes], Thesis for the Degree Master of Science (Arts) In Psychology 2003; Tehran: Tarbiat Moallem University. [Persian]
17. Fraser S (ed.). *Cosmetic surgery, gender and culture*. New York, Palgrave, Macmillan; 2003.
18. Keivanara M, Rabbāni M, Zhianpour M. [Social stratification and physical improvements/ plastic surgery as a symbol for social class]. *Women's Strategic Studies* 2010; 12: 73-98. [Persian]
19. Zuckerman D, Abraham A. Teenagers and cosmetic surgery: Focus on breast augmentation and liposuction. *J Adolesc Health* 2008; 43: 318-24.
20. Kluck, AS. Family influence on disordered eating: The role of body image dissatisfaction. *Body Image* 2010; 7: 8-14.
21. Cooley E, Toray T, Wang MC, Valdez NN. Maternal effects on daughters' eating pathology and body image. *Eating Behaviors* 2008; 9: 52-61.
22. Bardone-Cone AM, Harney MB, Sayen L. Perceptions of parental attitudes toward body and eating: Associations with body image among Black and White college women. *J Body Image* 2011; 8: 186-189.
23. Sanchez-Carracedo D, Barrada JR, Lopez-Guimerà G, et al. Analysis of the factor structure of the Socio cultural Attitudes towards Appearance Questionnaire (SATAQ-3) in Spanish secondary-school students through exploratory structural equation modeling. *Body Image* 2012; 9: 163-71.
24. Sarmad Z, Bazargan A, Hejazi E. [Methods of research in behavioral science.] 2013; Tehran: Agah. [Persian]



**Socio-cultural Attitudes towards Appearance Questionnaire (SATAQ-3)**

پیوست ۱:

Num.	Item	Completely disagree	Disagree	No idea	Agree	Completely agree
1	TV programs are an important source of information about fashion and “being attractive.”					
2	I’ve felt pressure from TV or magazines to lose weight.					
3	I wouldn’t like my body to look like the people who are on TV.					
4	I compare my body to the bodies of TV and movie stars.					
5	TV commercials are an important source of information about fashion and “being attractive.”					
6	I haven’t felt pressure from TV or magazines to look pretty.					
7	I would like my body to look like the models who appear in magazines.					
8	I compare my appearance to the appearance of TV and movie stars.					
9	Music videos on TV aren’t an important source of information about fashion and “being attractive”.					
10	I’ve felt pressure from TV and magazines to be thin.					
11	I would like my body to look like the people who are in the movies.					
12	I don’t compare my body to the bodies of people who appear in magazines.					
13	Magazine articles aren’t an important source of information about fashion and “being attractive”.					
14	I’ve felt pressure from TV or magazines to have a perfect body.					
15	I wish I looked like the models in music videos.					
16	I compare my appearance to the appearance of people in magazines.					
17	Magazine advertisements are an important source of information about fashion and “being attractive”.					
18	I’ve felt pressure from TV or magazines to diet.					
19	I don’t wish I looked as athletic as the people in magazines.					
20	I compare my body to that of people in “good shape”.					
21	Pictures in magazines are an important source of information about fashion and “being attractive”.					
22	I’ve felt pressure from TV or magazines to exercise.					
23	I wish I looked as athletic as sports stars					
24	I compare my body to that of people who are athletic.					
25	Movies are an important source of information about fashion and “being attractive”.					
26	I’ve felt pressure from TV or magazines to change my appearance.					
27	I don’t try to look like the people on TV					
28	Movies aren’t an important source of information about fashion and “being attractive”.					
29	Famous people are an important source of information about fashion and “being attractive”.					
30	I try to look like sports athletes.					

## پیوست ۲: نسخه‌ی فارسی پرسش‌نامه‌ی نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد ظاهر بدن

ردیف	عبارات	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
۱	برنامه‌های تلویزیون و اینترنت منبع مهمی از اطلاعات در مورد «مد» و «جذاب‌شدن» هستند.					
۲	من از طرف تلویزیون و اینترنت و مجلات، در مورد کاهش وزن، تحت فشار نیستم.					
۳	تمایل ندارم شکل بدن من، شبیه افرادی که در تلویزیون هستند، باشد.					
۴	بدن خود را با بدن ستاره‌های سینما و تلویزیون، مقایسه می‌کنم.					
۵	آگهی‌های تبلیغاتی منبع مهمی از اطلاعات راجع به «مد» و «جذاب‌شدن» هستند.					
۶	من از طرف تلویزیون، اینترنت و مجلات، برای «تناسب اندام» احساس فشار نمی‌کنم.					
۷	تمایل دارم شکل بدنم، شبیه به مدل‌هایی باشد که در مجلات وجود دارند.					
۸	قیافه‌ی ظاهری خودم را با ظاهر ستاره‌های سینما و تلویزیون مقایسه می‌کنم.					
۹	آهنگ‌ها و موسیقی‌های تصویری در تلویزیون و اینترنت یک منبع مهم اطلاعات برای «مد» و «جذاب‌شدن» نیستند.					
۱۰	من از طرف تلویزیون، اینترنت و مجلات، برای لاغرشدن، احساس فشار نمی‌کنم.					
۱۱	تمایل دارم بدنم شبیه به بدن افرادی باشد که در فیلم‌ها هستند.					
۱۲	بدنم را با بدن افرادی که در مجلات نشان داده می‌شوند، مقایسه نمی‌کنم.					
۱۳	تعاریف و مقالات موجود در مجلات، منبع مهمی از اطلاعات در مورد «مد» و «جذاب‌شدن» نیستند.					
۱۴	من از طرف تلویزیون، اینترنت و مجلات برای داشتن بدنی عالی و بدون عیب، تحت فشار هستم.					
۱۵	تمایل دارم شبیه مدل‌های موجود در آهنگ‌ها و موسیقی‌های تصویری به نظر برسم.					
۱۶	قیافه‌ی ظاهری خودم را با ظاهر افرادی که در مجلات هستند، مقایسه می‌کنم.					
۱۷	تبلیغات موجود در مجلات، منبع اطلاعاتی مهمی در مورد «مد» و «جذاب‌شدن» هستند.					
۱۸	تلویزیون، اینترنت و مجلات من را برای داشتن یک رژیم غذایی، تحت فشار قرار می‌دهند.					
۱۹	تمایل ندارم شبیه افراد ورزشکار در مجلات، به نظر برسم.					
۲۰	بدنم را با بدن افراد «خوش اندام» مقایسه می‌کنم.					
۲۱	عکس‌ها و تصاویر موجود در مجلات، یکی از منابع مهم اطلاعات درباره‌ی «مد» و «جذاب‌شدن» هستند.					
۲۲	تلویزیون، اینترنت و مجلات، من را برای ورزش کردن، تحت فشار قرار می‌دهند.					
۲۳	تمایل دارم شبیه افراد ورزشکار معروف به نظر برسم.					
۲۴	بدنم را با بدن «ورزشکاران» مقایسه می‌کنم.					
۲۵	فیلم‌ها منابع اطلاعاتی مهمی برای «مد» و «جذاب‌شدن» هستند.					
۲۶	از طرف تلویزیون، اینترنت و مجلات، برای تغییر قیافه‌ی ظاهری‌ام، تحت فشار هستم.					
۲۷	تلاش نمی‌کنم تا شبیه به افرادی که در تلویزیون هستند، شوم.					
۲۸	فیلم‌ها منابع اطلاعاتی مهمی برای «مد» و «جذاب‌شدن» نیستند.					
۲۹	افراد مشهور، منابع اطلاعاتی مهمی برای «مد» و «جذاب‌شدن» هستند.					
۳۰	تلاش می‌کنم تا شبیه ورزشکاران شوم.					

## Validity of Persian version of socio-cultural attitudes towards appearance questionnaire (SATAQ-3) using factor analysis

Azra Mohammadpanah Ardakan,  
MSc  
Jalil Babapour Kheir-ol-din, PhD  
Rahim Yousefi, PhD

Department of Psychology, Tabriz  
University of Medical Sciences, Tabriz,  
Iran.

**Background and Aim:** The present research aimed to evaluate the psychometric properties of the Persian version of socio-cultural attitudes towards appearance questionnaire-3 (SATAQ-3).

**Methods:** The sample of this study cross-sectional was 250 highschool students (173 girls and 77 boys) in Abarkouh, who were selected through cluster random sampling, responded to Persian version of socio-cultural attitudes towards appearance questionnaire-3. The reliability coefficients of the SATAQ-3 were calculated using internal consistency and split-half methods, which were 0.77 and 0.55 respectively. The construct validity of the inventory was investigated using factor analysis.

**Results:** Factor analysis of the inventory using varimax rotation based on scree test, showed 4 factors labeled Internalization-General, Internalization-Athlete, Information and Pressures, which covered 37.61% percent of the total variance.

**Conclusion:** In general, findings of the research confirmed appropriate validity and reliability of the Persian version of SATAQ-3 and showed that it can be simply applied in clinical and research situations for evaluation of individual's attitude towards personal appearance affected by socio-cultural factors.

**Keywords:** socio-cultural attitudes towards appearance questionnaire, validity, reliability

Received: Jan 11, 2014      Accepted: Mar 18, 2014

Dermatology and Cosmetic 2014; 5 (1): 22-32

**Corresponding Author:**

Azra Mohammadpanah ardakan, MSc.

Ardakan Supreme Educational Center,  
Shahid Beheshti Blvd., Ardakan, Yazd,  
Iran. Postal Code: 8951797886  
Email: azramohammadpanah@yahoo.com

**Conflict of interest:** None to declare