 абاد شناختی، هیجیئنی و رفتاری تصویر
بدنی در زنان علاقمند به جراحی زیبایی

زمینه و هدف: جراحی زیبایی از پدیده‌های رایج دهه‌های اخیر است و تصویر بدنی، عاطفی
کلیدی در کودکی به آن است. اما تصویر بدنی در جراحی زیبایی به دو هم‌های ابعاد
ان بررسی گردید. پژوهش حاضر با هدف مطالعه‌ای ابعاد شناختی، هیجیئنی و رفتاری تصویر
بدنی در زنان علاقمند به جراحی زیبایی انجام گرفت.

روش اجرای مطالعه: حاضر به مطالعه‌ای از نوع مطالعات توصیفی بود. 
نمونه 600 نفری از دانشجویان دختر سالخورده 18 تا 25 سال از دانشگاه‌های شهر تهران به
شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی به انتخاب از جمعیت بر پایه‌ی مقیاس BAAS (BASS) 
محور ارزیابی ظاهر (BASS) مقیاس تصویر بدنی (ACSS) مرتب با تصویر بدنی 
و مقایسه پذیرش جراحی زیبایی (BICSI)

نتیجه‌گیری: هر سه بعد شناختی، هیجیئنی و رفتاری در جراحی زیبایی با اهمیت است و زنان
علاقمند به جراحی زیبایی نسبت به دخترانی که علاقمند به جراحی نیستند بیشتر در
هوشمندی ارتباطات بین فردی، پیش‌بینی شخصی و عواملی که در این بین باعث 
تغییر اندکی استفاده می‌گردند. این یافته‌ها می‌تواند در برنامه‌های پیشگیری و درمان عوارض استفاده
قرار گیرد.

کلید واژه‌ها: جراحی زیبایی، تصویر بدنی، تبتنی، مسئولیت ظاهری،
راهبردهای متقابلی با تصویر بدنی

دریافت مقاله: 1397/10/1397 پذیرش مقاله: 1397/5/2012

پوست و زیبایی: نویسنده، نویسنده، نویسنده

نگار صادقی
عليضا مرادی
دکتر جعفر حسینی
دکتر شهاب محمدهاشمی

دانشگاه روان‌شناختی و علوم تربیتی، 
دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

 Negar.sa.35@gmail.com

توضیح متون: نگار صادقی

خیابان مهری، خیابان کوثر، کوهچه 
پیک. دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

پست الکترونیکی

تعارض منافع: اعلام نشده است.

مقدمه

جراحی زیبایی، امروزه به پدیده‌ای رایج تبدیل شده
است و گروهی از زنان امرور زیبایی را
به عنوان یکی از زندگی خود می‌پذیرند و تمایل به

پوست و زیبایی: نویسنده، نویسنده، نویسنده
قرار گرفته‌اند. طبق گزارش انجمن جراحی پلاستیک آمریکا 91% از این جراحی‌ها را زنان اجرا می‌دهند. اگرچه امر ثابت‌کننده از جراحی زیبایی در ایران در دسترس نیست اما ایران یکی از کشورهایی است که بالاترین میزان جراحی زیبایی را به خود اختصاص داده است به‌طوری که از نظر تعداد جراحی‌های زیبایی پیش‌رو در دنیا مقام اول را دارد و باین‌گی جراحی‌های زیبایی جهان، نامیده شده است. این مطالعه نیز در ایران به‌طور کلی تخمینی در این مطالعه آمده است. 95% مشکلات مربوط به تصویر بدنی نشان می‌دهد که جراحی زیبایی یکی از آن‌ها است.

برطبق اندک تصویر بدنی دارای دور مدل‌سازی ادراکی و تغییری است. مدل‌سازی ادراکی تصویر بدنی نشان می‌دهد که تا چه انداره فوق‌العاده اعضا بدنی ظاهر خود به‌دسترس قافت کن آن مدل‌سازی نگرش تصویر زیبایی‌نشان می‌دهد که به‌طور افزایشی تغییر جراحی زیبایی به نگرش مشتی به جراحی به عنوان رویه برای ارتقای ظاهر بازمی‌گردد. اکثریت تحقیقات در مورد در آلبالو روان شناخت جراحی زیبایی و به‌پایه‌دار پس از عمل بررسی جمعیت‌های کمیتی جراحی زیبایی در انتظار گرفتن ای است. این مطالعه نیز و در مقابل تحقیقاتی که بررسی جمعیت‌های غیرقابلیت و عوامل تأثیرگذار بر احتمال جراحی زیبایی در جمعیت عمومی و غیرقابلیت انجام گرفته‌بوده، نادر است. بنابراین توجه به دلایل گرافیک و علاوه‌بردی به جراحی زیبایی در بین عوام اردکی‌یکی از راه‌های پیشگیری از این بدیه محسوس شود.

پیشینه‌ی پژوهش در این زمینه نشان می‌دهد که تغییر نسبت به جراحی زیبایی بیشتر در افرادی دیده می‌شود که نارضایی بندی بیشتری را تجربه می‌کنند و نارضایی بدنی مستقیماً با انتخاب جراحی زیبایی و نگرش مشتی نسبت به این مربوط است. این مطالعه نیز پژوهش‌ها اگرچه به نقش کلیدی تصویر بدنی در گرافیک افزایش بندی جراحی زیبایی پرداخته و اما تصویر بدنی دارای ابعاد مختلفی است که به‌دست می‌رود توجه قرار گرفته‌است. در همین رابطه، 16 Cash
نارضایی‌بندی بیشتری را تجربه می‌کنند. در مدل نشانی رفتاری، افرادی که دچار نارضایی بندی می‌شوند، دانش‌های راهبردی‌ها را در مورد نارضایی بندی و جاسوس‌های مرتبط با تصویر بندی را مدیریت کنند. این راهبردها شامل انتقال (avoidance) و بازسازی ظاهری (positive rational acceptance) بعد رفتاری تصویر بندی است. انتقال شامل انجام هرگونه فعالیتی برای دوری از احساسات و افکار منفی درباره تصویر بندی است. رفتار‌های مهم‌تر برخوری. کارگری از دیگران، نادیده گرفتن موقعیت و پرهیز از ناهنجاری در این دسته جای دارد. پذیرش منطقی شامل عامل و راهبردی است که به‌پژوهش، به‌مثابه فردی و دیالوگ‌های درونی و نطقی فرد را ارتفا می‌دهد و بازسازی ظاهری به‌شناخت ظاهر برای بازسازی یا تغییر آن دسته از صبایه‌ها ظاهری اشکال دارد که فرد آنها را دارای عیب و نقص می‌داند. افرادی که درگیر فراخوان بازسازی ظاهری می‌شوند یک کمک‌نمایی عمیق نشان می‌دهند تا مشکلات ادراک‌های هر نوع ظاهری را پیوسته در مورد ظاهریات را پیوسته، درباره منفعت یافتن خیال برداردن کننده تا در نظر گرفتن نهاد پیاده کننده نا ظاهر خود را به‌همراه است. به‌ویژه ظاهری به‌عنوان یک راهبرد قابلیت طقف گسترده‌ای از اقدامات را دریمی جی‌کی به‌شکل مشابه تغییر در ناحیه آرایش و لباس پوشیدن، زمینه‌های غذایی توان‌ها، تمرینات ورزشی شدید، استفاده از روش‌های غیرتجزئی و جراحی‌های زیبایی می‌باشد. یک بار با تجربیات نوپرداز راهبردی متقابلی‌ای مبتنی بر بازسازی است که برای تغییر تصویر بدنی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هرچند مفهوم متقابلی در رویکردهای مطرح شده بود، اما توجه به آن دسته از راهبردهای متقابلی که مختص تصویر بدنی به‌اشت، برای نخستین بار در این مدل ارائه شده است؛ بنابراین تصویر بدنی ابعاد منفی‌افزایی دارد و

می‌کند. در رفتار ورنه‌های ظاهری (appearance schemas) شناختی فرد است که معتاد به ظاهر افراد است و نشان می‌دهد که افراد نیز به اطلاعات مرتبط با ساختار شناختی خود را برگردد ظاهر فیزیکی. شان سازمان‌دهی می‌کند. این طرح در نظر گرفته شد سپس ایجاد سوگریه‌هایی در پردازش اطلاعات مرتبط با طرح‌های شهید و پروردگان. رفتار مرتبط با ظاهر اثر دارد. بر طور نظری شناختی، طرح‌های ظاهری شامل ساختار و محتوای طرح‌های ظاهری که افراد می‌گیرند و باقی ماند. نگرش های ناکام، محتوای طرح‌های ظاهری را تشکیل می‌دهند. نگرش‌های ناکام از نظر توقع منابع و حواض و شباهت‌های پاسخ‌دهی به آن‌ها شکل می‌دهند.

نتیجه‌های ناکامی ظاهری (dysfunctional appearance beliefs) به‌همراه ادراک‌های ظاهری برای پیش‌بینی، خودکار و ارتباط بین فردی‌ها یا دارند به بی‌توجهی دیگر نگرش‌های ناکام ظاهری به‌حساسی به‌حساسی که ظاهر فیزیکی برای ارزیابی فرد قابلیت تحلیلی می‌شود، اشکال درد.

Cooper در پژوهش خود به این نتیجه رسید که نگرش‌های ناکامی درباره ظاهر، تنظیم منحصربه‌فردی در اختلال خودرو دارد. باورهای ظاهری برای تولید اطلاعات و پردازش و پیادوری اطلاعات مرتبط با ظاهر اثر از مشترک می‌گذارد.

فرضی که درباره محیط خاص نگرش‌های ناکامی در اختلالات خودرو وجود دارد این است که ظاهر از شخصیت فرد را تعیین می‌کند. این امید این نگرش‌ها را در اختلالات خودرو مورد بررسی قرار دادند و به این‌نگجه رسیدند که افرادی که نگرش‌های ناکامی در پیش‌بینی باشند.
برای بررسی پدیده‌هایی که مستقیماً با تصویر بدنی مرتبطند، همیشه این ابزار باید در نظر گرفته شود و نقش و اهمیت نیز در مورد بررسی قرار گیرد. پژوهش حاضر سعی دارد علاقوی که جراحی زیبایی را با توجه به بعد شناختی، هیجانی و رفتاری تصویر بدنی در بین دختران دانشجو مورد بررسی قرار دهد.

در واقع ضرورت توجه به عوامل تأثیرگذار بر پذیرش جراحی زیبایی در مقطع کودکی از گروه‌های روزاوتون زنان ایرانی به جراحی زیبایی ناشی می‌شود. آمارها حاکی از آن است که زنان ایرانی بیشتر از زنان سایر جوامع به جراحی زیبایی روی می‌آورند و جراحی زیبایی بین زنان به تدریج برای بیشتر انجام می‌گردد. این امر از لحاظ جنسی، پیامدهای روشن‌شناسی و حتی تداخل در کارکردهای اجتماعی این افراد را با دنبال داشته باشند. یکی از مهم‌ترین مدیریت جراحی زیبایی در بین زنان ایرانی یکی از جلسات‌های اساسی برای سلامت جسم و روان زنان است که باید مورد توجه بیشتری از سوی پژوهشگران قرار گیرد.

روش اجرا

تحقیق حاضر یک مطالعه‌ی علی‌مقایسه‌ای از انواع مطالعات توصیفی به‌بینانه که به صورت مقطعی انجام شده است. جمع‌آوری‌های آماری این پژوهش از دکتران دانشجویان سنین 18 تا 35 سال کلیه‌ی دانشگاه‌های دولتی تهران تهیه گردیده و به برنامه‌ریزی مورد بررسی قرار گرفت. در این پژوهش جهت گردآوری داده‌های پژوهش از مجموعه‌ی از ابزارها استفاده شد که شامل مقیاس‌های درباره‌ی ظاهر، مقیاس تصویر بدنی، مقیاس راه‌های مقابله‌ی مرتبط با تصویر بدنی و مقیاس نگرش به جراحی زیبایی بود.

مقياس باورها درباره ظاهر (BAAS) (اسینگر و استیک)

این ابزار مقیاسی است که برای ارزیابی نگرش‌های پوست و زیبایی تاسیت‌های ۱۳۹۷، دوره ۹، شماره ۲
مقیاس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)

مقياس رضایت از قسمت‌های مختلف بدن از پرسشنامه Cadden برای نگرش فرد در مورد بدن (BASS) 
(BASS)
جدول 1: میانگین و انحراف معیار نمرات دو گروه از دانشجویان علاقه‌مند و غیر علاقه‌مند به جراحی زیبایی

<table>
<thead>
<tr>
<th>گروه عادی</th>
<th>گروه علاقه‌مند به جراحی زیبایی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>میانگین</td>
<td>انحراف معیار</td>
</tr>
<tr>
<td>خردهآزمون</td>
<td>3.55</td>
</tr>
<tr>
<td>ارتباطات بین فردی</td>
<td>4.05</td>
</tr>
<tr>
<td>بیشترین شخصی</td>
<td>4.61</td>
</tr>
<tr>
<td>عزت نفس</td>
<td>2.16</td>
</tr>
<tr>
<td>احساسات</td>
<td>2.84</td>
</tr>
<tr>
<td>نارضایتیبدنی</td>
<td>8.20</td>
</tr>
<tr>
<td>راهبرد پاسیو</td>
<td>4.19</td>
</tr>
<tr>
<td>راهبرد اجتناب</td>
<td>4.39</td>
</tr>
</tbody>
</table>

نتایج آزمون لون شناس می‌دهد که معناداری بین همه مولفه‌ها به‌جز دو مؤلفه بالاتر از 0.05 است. بنابراین واریانس خطای آن‌ها در هر دو گروه با هم برابر است. بنابراین در معناداری ارتباطات بین فردی و عزت نفس، معناداری یافتنی از 0.05 به‌دست آمده است و نشان می‌دهد که واریانس خطای در این دو مؤلفه بین دو گروه برای بوده است.

همچنین نتایج آزمون تحلیل واریانس چندمتغیره بین مؤلفه‌های صورت بدنی نشان داد که در بعد شناختی تصویر بدنی

| جدول 2: آزمون همگنی واریانس ها در خردهآزمون های تصویر بدنی |
|-----------------|----------------|
| Sig | D2 | D1 |
| 0.028 | 0.591 |
| 0.280 | 0.591 |
| 0.230 | 0.591 |
| 0.209 | 0.567 |
| 0.293 | 0.567 |
| 0.293 | 0.567 |
| 0.293 | 0.567 |
| 0.293 | 0.567 |
| 0.293 | 0.567 |

در این بخش، نتایج به‌دست‌آمده با استفاده از روش تحلیل واریانس چند متغیره انجام گرفت (جدول 2). شاخص‌های توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار دو گروه از دانشجویان و نشان می‌دهد. همچنین همگنی انجام گرفت (Levene) واریانس ها ارتباط آزمون لون به‌دست آمده است. بستگی آن در جدول 2 نشان داده شده است.

پوست و زیبایی، تابستان 1397، دوره 9، شماره 2
ابعاد با نخستین بار در مدل شناختی قرنیان تصویر یا پیشرفته سیویک، عزت نفس و احساسات بود. بین دو گروه از دانشجویان تفاوت معناداری وجود داشت (0.000). این معنا نشان می‌دهد که شامل مولفه‌های ناراضیتی بینی بود. نیز وجود داشت.

نتایج بعدی آمده از این پژوهش نشان داد در گروه از دانشجویان علاقه‌مند به گزارش زبانی و زبانی غیر علاقه‌مند تفاوت معناداری وجود دارد. در بعد شناختی تصویر بدنی بین چهار مولفه ارتباطات بین فردی، پیشرفت شخصی، عزت نفس و احساسات بود. این نتایج به دلیل این پژوهش ها در تفاوت معناداری وجود دارد، بسیاری از مزایا و ارتباطات بین فردی بنا بر ظاهر همیث بیشتری می‌دهد.

پیشرفت شخصی شان را به آن وابسته می‌کند و خودسازی خود را پردازش ظاهر خود قرار می‌دهد. نسبت به زنان که در ارتباطات بین فردی و پیشرفت شخصی و عزت نفس، ظاهر را ممنا قرار نمی‌دهند، با احتمال پیشرفت جراحی زبانی است به عنوان یک روش ارتقای ظاهر می‌پذیرند. و نتایج نشان می‌دهد با پژوهش‌های قبلی است که نشان می‌دهد هرچه زنان ارزش‌گذاری بیشتری بر ظاهر داشته باشند، ناراضیتی بدنی بیشتری را نیز گزارش می‌کنند. از روش‌های مدیریت بدنی به میزان بیشتری استفاده می‌کنند. میزان رضایت یا ناراضیتی افراد را از تصویر بدنی شان مولفه‌های میزان رضایت از ناراضیتی افراد را از تصویر بدنی شان می‌مآیند.

بحث

تصویر بدنی یکی از مفاهیمی است که از آغاز جراحی زبانی مورد توجه قرار گرفته است و بسیاری از محققان آن را مثال اصلی گرفتند. به گزارش زبانی می‌دانند. از طرف دیگر آنچه به عنوان تصویر بدنی در اغلب این پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفته است، مزایا رضایتی از تصویر بدنی است و این در حالی است که تصویر بدنی ساده‌تری چند بیشتر است که شامل هر یک از جنبه‌های شناختی، رفتاری و فردی است و از ارتباطات بین فردی و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احساسات بین مزایا و احسن

جدول ۲: آزمون تحلیل واریانس چند متغیره (MANOVA) نفوذ دو گروه از دانشجویان علاقه‌مند و غیر علاقه‌مند به گزارش زبانی (ژاپنی)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Eta2</th>
<th>Sig</th>
<th>F</th>
<th>میانگین</th>
<th>مجموعه‌های</th>
<th>شاخه‌ای</th>
<th>منبع تغییرات</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0.91</td>
<td></td>
<td>58.44</td>
<td>972.193</td>
<td>972.193</td>
<td>1</td>
<td>972.193</td>
</tr>
<tr>
<td>0.79</td>
<td></td>
<td>53.78</td>
<td>942.057</td>
<td>942.057</td>
<td>1</td>
<td>942.057</td>
</tr>
<tr>
<td>0.67</td>
<td></td>
<td>53.22</td>
<td>752.991</td>
<td>752.991</td>
<td>1</td>
<td>752.991</td>
</tr>
<tr>
<td>0.61</td>
<td></td>
<td>52.27</td>
<td>167.822</td>
<td>167.822</td>
<td>1</td>
<td>167.822</td>
</tr>
<tr>
<td>0.30</td>
<td></td>
<td>51.13</td>
<td>80.988</td>
<td>80.988</td>
<td>1</td>
<td>80.988</td>
</tr>
<tr>
<td>0.27</td>
<td></td>
<td>51.14</td>
<td>381.864</td>
<td>381.864</td>
<td>1</td>
<td>381.864</td>
</tr>
<tr>
<td>0.22</td>
<td></td>
<td>51.13</td>
<td>121.857</td>
<td>121.857</td>
<td>1</td>
<td>121.857</td>
</tr>
<tr>
<td>0.20</td>
<td></td>
<td>51.14</td>
<td>80.988</td>
<td>80.988</td>
<td>1</td>
<td>80.988</td>
</tr>
<tr>
<td>0.19</td>
<td></td>
<td>51.13</td>
<td>80.988</td>
<td>80.988</td>
<td>1</td>
<td>80.988</td>
</tr>
<tr>
<td>0.15</td>
<td></td>
<td>51.14</td>
<td>381.864</td>
<td>381.864</td>
<td>1</td>
<td>381.864</td>
</tr>
<tr>
<td>0.13</td>
<td></td>
<td>51.13</td>
<td>121.857</td>
<td>121.857</td>
<td>1</td>
<td>121.857</td>
</tr>
</tbody>
</table>

پوست و زیبایی تابستان ۱۳۹۷، دوره ۹، شماره ۲
معروف به تغییر ظاهری که در بیشتر شیمیایی از تصویر بدنی در دوره عضلانده و غیر عضلانده در جراحی زیبایی تفاوت معنی‌داری یا کیفیتی داشته، درواقع هموگردهای زیبایی که درکش مثبت نسبت به جراحی زیبایی دارد درجاتی از ناراحتی بدنی را گزارش نموده و این بسیاری از پزوهش‌ها مرتبط با جراحی زیبایی مورد تایید قرار گرفته است.

\text{von Soest} تأثیرگذار گرایش افراد به جراحی زیبایی را مورد بررسی قرار دادند. آزمودنی‌ها این پژوهش شامل ۹۷ نفر از زنان روستوزی بودند که در دامنه سنی ۲۰-۵۵ قرار داشتند. نتایج پژوهش نشان داد که بیشتر اجتماعگرایان جراحی زیبایی و تصویر بدنی قدرتمندترین پیش‌بینی کننده‌های انگیزش افراد بسته جراحی زیبایی بودند. تماشای به جراحی زیبایی این روی ۱۰۱ نفر داشتند که جراحی زیبایی تفاوت معنی‌داری در استفاده از روش‌های زیباگرایی با‌پرسانی و Kalagan همکاری‌ها احتمال اجسام جراحی زیبایی را در یک نمونه ۱۴۴ نفری از دانشجویان بی‌بی‌بی تأکید بر نقش اختلافات مربوط به تصویر بدنی و راهبردهای مقابلی مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش نشان داد که اختلافات مصرف شدیدتر بدنی و استفاده از راهبردهای مقابلی مشکل زا با احتمال جراحی زیبایی در آینده مرتب است. پژوهش‌ها گذشته‌ی نیز نشان داده‌اند که افراد در مواجهه با ناراحتی بدنی معمولاً از روشهای زیبایی استفاده می‌کنند. پژوهش‌ها نشان داد که پژوهش‌ها در این مورد به همه این این با توجه شوند. در سیاست‌ها از موارد ناراحتی بدنی نمی‌تواند به‌نهم‌اندازه عامل علاچمده‌ی به جراحی زیبایی باشد و درکرده‌گاهی که افراد

\text{Markey & Markey} نمونه‌کشی از استاد به‌جرایی زیبایی در مورد ۱۰۱ نفری از دانشجویان صورت امکان پذیر است. این بعد از تصویر بدنی به‌کارگیری از ماهینه‌ها با ترکیب بدنی و ابزار شیمیایی از راهبردهای مقابلی که در مدل شناختی رفتاری مطرح شده است و شامل سه راهبرد بی‌پژوهشی، اجتناب و بازارهای ظاهری می‌باشد. افراد در هنگام مواجهه با تهدیدات با چالشهای مرتبط با تصویر بدنی مجموعه‌ای از راهبردهای شناختی و رفتاری را مورد استفاده قرار دهند که بهبود ماهینه‌ها افکار و احساسات آشکار ساز می‌کند. این‌ها شامل اجتناب، بازارهای ظاهری و بی‌پژوهشی نشان دهنده‌ی استرس‌‌زا می‌باشد. بازارهای ظاهری

\text{Kalagan}\n
ارزش گزاری زبانی بر ظاهر نداشته باشد، می‌تواند به عنوان یک عامل باید شناخته شود. بعدهای که ارزش گزاری زبانی بر ظاهر قرار نمی‌دهند، درصوت تاریخی از تصویر بدنی استفاده از هر روش نظامی ندارند. همچنین افرادی که از راهبردهای مقباله‌ای بینی، تغییر استفاده می‌کنند، درصوت تاریخی بدنی به امتحان پیشنهاد به دنبال استفاده از روش‌های جراحی زیبایی خواهد رفت. اکثریت افراد معقولان در دوره‌هایی از زندگی خود را راهبردهای مقابل‌های گسترده‌الساله استفاده کرده‌اند، اما کسانی که سطح پالتری از نواحی بدنی دارند، به میزان پیش‌تر از راهبردهای گسترده‌الساله استفاده می‌کنند. بنابراین، افرادی که سطح پالتری از سرمایه‌گذاری بدنی و رضایتی بدنی دارند، با احتمال پیش‌تر در انتخاب رفتارهای بازسازی ظاهر در گیر می‌شوند.

در نهایت، سي شناخت توجه به محدودیت‌هایی که این پزوهش با آن مواجه بود است، جند نکته پیشنهادی جهت محققانه که علی‌رغم به پژوهش در برقرار مرور مورد توجه قرار گرفته و ارائه می‌گردد، نخست پژوهش‌هایی که در آنها تصویر بدنی می‌شود، مدلی به دامنه‌های سنی متفاوت و با نمونه‌های مختلف اجرا شود. نمونه‌ها از ناحیه رشد و فرهنگی ی کدنست باشند و در روند جهت دستیابی به نتایج پایا و کاربردی، باید محدودیت‌های مبتنی بر تصویرپذیری را به حداکثری رساند. این برای افرادی به این حیث بپذیرد که به پژوهش گشتارده و با نمونه‌های از جامعه‌های مختلف و پژوهش‌های مبانی تا نتایج قابل‌توجه تعمیم بیشتری داشته باشد.

تشکر و قدرنده

در پایان، نوشتگان این مقاله از دانشجویانی که در کلیه مراحل این پژوهش خصوصاً در تگمیل و گذاری داده‌هاهمکاری نمودند، تشکر و قدرنده به عمل می‌آورند.
References


Cognitive, emotional and behavioral dimensions of body image in women interested in cosmetic surgery

Negar Sadeghi
Alireza Moradi, PhD
Jafar Hasani, PhD
Shahram Mohammadkhani, PhD

Department of Clinical Psychology, Kharazmi University, Tehran, Iran

Background and Aim: The cosmetic surgery is one of the prevalent phenomenons in recent decades. Body image is a key factor for interest in cosmetic surgery, but body image is a multidimensional concept and all its dimensions should be studied. This study aimed to study cognitive, emotional and behavioral dimensions of body image in women interested in cosmetic surgery.

Methods: This study was a cross-sectional research with causal-comparative method. A sample of 600 female students, age 18 to 35 years, were selected from universities in Tehran by using multi-stage cluster random sampling method, who completed a set of questionnaires including “Beliefs About Appearance Scale (BAAS)”, “Body Areas Satisfaction Scale (BASS)”, “the Body Image Coping Strategies Inventory (BICSI)” and Acceptance of Cosmetic Surgery Scale (ACSS). The collected data were analyzed by multivariate analysis of variance (MANOVA).

Results: The students who were interested in cosmetic surgery got a higher score in components of body investment as cognitive dimension and body dissatisfaction as emotional dimension. Among the three behavioral components of body image, there was significant difference only in appearance fixing coping ($P<0.0001$) and there were no significant differences in acceptance and avoidant strategies between students.

Conclusion: All of the cognitive, emotional and behavioral dimensions of body image are important in cosmetic surgery, and women interested in cosmetic surgery not only had body dissatisfaction, but also had dysfunctional attitudes about appearance important in interpersonal relationships, personal achievement and self-concept, and used strategies based on body modification. These findings can be used in prevention and intervention programs.

Keywords: cosmetic surgery, body image, body dissatisfaction, dysfunctional appearance believes, body image coping strategies

Received: May 23, 2018 Accepted: Aug 01, 2018

Dermatology and Cosmetic 2018; 9 (2): 100-112