

## نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد جراحی‌های زیبایی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی همدان: یک مطالعه مقطعی

**زمینه و هدف:** جراحی‌های زیبایی برای تغییر ظاهر افراد و بهبود اعتمادبه نفس آن‌ها انجام می‌شود. طبق گزارش‌های موجود، ایران از نظر میزان انجام جراحی زیبایی در رتبه‌های اول جهان قرار دارد. پژوهش حاضر با هدف تعیین نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد جراحی‌های زیبایی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی همدان انجام شد.

**روش اجرا:** پژوهش حاضر یک مطالعه‌ی توصیفی - تحلیلی و مقطعی بود که در سال ۱۳۹۶ روی ۳۴۰ دانشجوی دختر دانشگاه علوم پزشکی همدان به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب نمونه‌ها انجام شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل متغیرهای دموگرافیک و پرسشنامه‌ی نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی، به صورت خودگزارش‌دهی توسط آزمون‌های تی تکمیل گردید. داده‌ها با استفاده از نسخه‌ی ۲۴ نرم‌افزار SPSS و با استفاده از آزمون‌های تی مستقل، آنالیز واریانس یک‌طرفه و رگرسیون خطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

**یافته‌ها:** گروه سنی ۲۱-۳۰ سال بیشترین شرکت‌کنندگان بودند (۷۵/۶٪). دانشجویان رشته‌ی پزشکی بیشترین شرکت‌کنندگان بودند (۴۲/۶٪). دانشجویان اغلب از طریق اینترنت اطلاعات درباره‌ی جراحی زیبایی کسب می‌کردند (۶۳/۲٪). بین نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی با رشته‌ی تحصیلی و شغل پدر رابطه‌ی آماری معنی‌دار وجود داشت ( $P < 0.05$ ). نتایج رگرسیون نشان داد از بین متغیرهای مورد بررسی، شغل پدر و نمایه‌ی توده‌ی بدنی سهم معنی‌داری در تبیین واریانس نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی داشتند.

**نتیجه‌گیری:** انجام مطالعاتی مشابه و گستردۀ در بین دانشجویان سایر دانشگاه‌های کشور و مقایسه‌ی آن‌ها با یافته‌های این تحقیق پیشنهاد می‌گردد.

**کلیدواژه‌ها:** نگرش، جراحی‌های زیبایی، دختر، دانشجویان

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۲۳ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۲۸

پوست و زیبایی؛ زمستان ۱۳۹۶، دوره‌ی ۸، دوره‌ی ۸: ۱۹۴-۱۸۵

فریبا کاظمی کیله‌گلان<sup>۱</sup>  
سحر پارسافر<sup>۲</sup>  
مریم افشاری<sup>۳</sup>  
دکتر مجید براتی

۱. مرکز پژوهش دانشجویان، دانشگاه علوم پزشکی همدان، همدان، ایران
۲. گروه بهداشت عمومی، دانشکده‌ی بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی همدان، همدان، ایران
۳. مرکز تحقیقات اختلالات رفتاری و سوءصرف مواد و گروه بهداشت عمومی، دانشگاه علوم پزشکی همدان، همدان، ایران

نویسنده‌گان مسئول:  
دکتر مجید براتی

همدان، بلوار آیت‌الله کاشانی، چهارراه خواجه‌رشید، دانشکده‌ی بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی همدان  
پست الکترونیک: Barati@umsha.ac.ir

تعارض منافع: اعلام نشده است.

**مقدمه**  
بخش مهمی از تصویر بدنی افراد است زیرا اولین منبع اطلاعاتی است که افراد جامعه برای تعاملات اجتماعی با فرد از آن استفاده می‌کنند<sup>۱</sup>. از گذشته تاکنون موضوع زیبایی و جوانی مدنظر انسان‌ها بوده است. با ورود این ایده به علم پزشکی، جراحی و اعمال زیبایی اهمیت روزافزونی یافته و طیف وسیعی از رفتارهای گوناگون جراحی را دربرگرفته است.<sup>۲</sup> جراحی زیبایی برای خلق زیبایی و ایجاد تصویر

ظاهر بخش مهمی از هویت فرد است و در موقعیت‌های اجتماعی بلافصله در برخورد با دیگران نمایان می‌شود.<sup>۳</sup> ظاهر مطلوب، تصور فرد نسبت به خود را بهتر می‌کند و به او اعتمادبه نفس می‌بخشد و به واسطه‌ی این تصور، ارتباطات و فعالیت‌های اجتماعی در سطح قابل قبول‌تری شکل می‌گیرد.<sup>۴</sup> ظاهر فیزیکی

بیشتری، جراحی زیبایی را جست‌وجو می‌کنند<sup>۱۳</sup>. پژوهشگران بر تأثیر محیط اجتماعی بر تمایل و انجام جراحی زیبایی بسیار تأکید نموده‌اند. برخی محققان این عامل را به نقش مهم رسانه (تبلیغات در تلویزیون، ماهواره، مجلات و ستاره‌های سینما) در شکل‌بخشیدن به ایده‌های زیبایی نسبت می‌دهند که از طرف جامعه به زنان تحمیل می‌شود<sup>۱۴</sup>. هم‌چنین محققان عواملی نظیر فشارهای هنجاری از طرف متن و شرایط اجتماعی - فرهنگی، خانواده و دوستان، استانداردهای زیبایی در جامعه، تأثیر علم و تکنولوژی (سیستم پزشکی و صنایع زیبایی) و مصرف‌گرایی در جامعه‌ی مدرن را در انجام جراحی‌های زیبایی مهم تلقی کرده‌اند<sup>۷</sup>.

عوامل تأثیرگذار بر جراحی زیبایی هنوز به خوبی شناخته نشده‌اند و پژوهش‌های صورت‌گرفته درباره‌ی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر در انجام جراحی زیبایی بسیار اندک است. مطالعات بیشتر شامل گزارش‌های بالینی و نگرش افراد راجع به عمل زیبایی می‌باشد. با توجه به اینکه شمار متقاضیان جراحی زیبایی سالیانه رو به افزایش است<sup>۱۵</sup> که می‌تواند پیامدهای نامطلوبی برای افراد و جامعه به همراه داشته باشد، انجام مطالعات بیشتر درباره‌ی عوامل تأثیرگذار اجتماعی - فرهنگی در این زمینه احساس می‌شود؛ بنابراین این مطالعه با هدف تعیین نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد جراحی‌های زیبایی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دختر انجام گردید.

## روش اجرا

پژوهش حاضر یک مطالعه‌ی مقطعی از نوع توصیفی - تحلیلی بود که روی ۳۴۰ نفر از دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی - درمانی همدان در ماه‌های اردیبهشت و خرداد سال ۱۳۹۶ انجام گرفت. جامعه‌ی آماری دانشجویان دختر مشغول به تحصیل در دانشکده‌های مستقر در دانشگاه علوم

ذهنی مطلوب امروزه مورد توجه قرار گرفته است و تصور از زیبایی به عنوان امری طبیعی و خدادادی به سمت زیبایی اکتسابی و کلینیکی کشیده شده است<sup>۹</sup>. جراحی زیبایی به عنوان یکی از شایع‌ترین اعمال جراحی در سطح جهان مطرح می‌باشد. در دوران اخیر این پدیده نه تنها در کشورهای غربی، بلکه در جوامع شرقی نیز رشد فزاینده‌ای داشته است<sup>۷</sup>. هرساله ده‌ها هزار نفر به منظور تغییر ظاهر فیزیکی خود تحت عمل جراحی زیبایی قرار می‌گیرند<sup>۸</sup>. طبق گزارش‌های موجود کشور ایران از نظر نسبت اعمال جراحی زیبایی انجام‌شده به کل جمعیت در رتبه‌های اول جهان قرار دارد<sup>۸</sup> و از حدود ده هفتاد تقاضا برای جراحی‌های زیبایی هشتاد درصد رشد داشته و این آمار رو به افزایش است<sup>۹</sup>. در خصوص نوع اعمال زیبایی در ایران آمار مشخصی گزارش نشده است، اما بیشترین مطالعات زیبایی در زمینه‌ی جراحی پلاستیک صورت و بینی بوده است<sup>۹</sup>. طبق مطالعات انجام‌شده، بیشترین مراجعه برای جراحی زیبایی در ایران متعلق به جوانان با سطح سواد دبیلم تا لیسانس بوده<sup>۱۰</sup> که غالباً مجرد و زن هستند<sup>۱۱</sup> و دانشجویان دختر در این مراجعات جهت جراحی بیشتر دیده می‌شوند<sup>۱۱</sup>.

دوران دانشجویی زمانی با اهمیت برای دختران می‌باشد، به‌طوری که دانشجویان با مشکلات متفاوت از افراد دیگر جامعه در زمینه‌ی جراحی زیبایی مواجه می‌شوند<sup>۱۲</sup>. دانشجویان دختر به لحاظ نارضایتی از ظاهر، کسب ظاهر آرمانی و ایده‌آل، جذب شریک عشقی، داشتن ارتباطات و فعالیت‌های اجتماعی گسترده‌تر و مقایسه‌ی مداوم خود با دیگران بیشتر در معرض انجام اعمال جراحی زیبایی قرار دارند. نتایج مطالعه‌ای بین دانشجویان نشان داد ۶۰ درصد آن‌ها معتقدند انجام جراحی زیبایی کار پسندیده‌ای است زیرا باعث می‌شود احساس بهتری به خود پیدا کنند<sup>۱۲</sup>. هم‌چنین مطالعه‌ی دیگری مشخص کرد افرادی که جذابیت جسمانی خود را پایین‌تر می‌دانند به احتمال

وضعیت تأهل، مدت تحصیل در دانشگاه، منابع کسب اطلاعات در مورد اعمال جراحی و سابقه‌ی انجام اعمال جراحی بین اعضای خانواده یا دوستان بود که در ابتدای ارزیابی توسط دانشجویان دختر تکمیل گردید. بخش دوم پرسشنامه شامل سؤالاتی بود که نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد جراحی زیبایی را اندازه‌گیری می‌کرد. نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی به یک الگوی رفتاری گفته می‌شود که روابط واکنش‌های اجتماعی را تنظیم می‌کند که اکثربت جامعه خود را به آن پایبند می‌دانند<sup>۱۶</sup>. نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی به وسیله‌ی ۲۹ سؤال در این خصوص مورد سنجش قرار گرفت. از سؤالات این مورد، جمله‌ی «من از طرف تلویزیون و اینترنت و مجلات در مورد کاهش وزن تحت فشار نیستم». بود که برای پاسخ‌گویی به این سؤالات ۵ جواب: کاملاً موافق، موافق، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم در نظر گرفته شد و برای پاسخ‌ها به ترتیب امتیاز ۱ تا ۵ بود. بنابراین محدوده‌ی امتیاز قابل کسب برای این سازه ۲۹ تا ۱۴۵ در نظر گرفته شد. روایی و پایایی این پرسشنامه توسط محمدپناه اردکان و همکاران مورد بررسی و تأیید قرار گرفته است<sup>۱۷</sup>.

پس از جمع‌آوری اطلاعات و ورود داده‌ها به نرمافزار SPSS نسخه‌ی ۲۴، اطلاعات توصیفی با استفاده از شاخص‌های توصیفی میانگین و انحراف معیار گزارش شد، سپس به منظور تحلیل اطلاعات از آزمون‌های تی مستقل، آنالیز واریانس یک‌طرفه و رگرسیون خطی در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ استفاده شد.

### یافته‌ها

درصد پاسخ‌گویی دانشجویان دختر شرکت‌کننده در مطالعه ۱۰۰٪ بود. جدول شماره‌ی ۱ ویژگی‌های دموگرافیک افراد موردمطالعه را نشان می‌دهد.

پزشکی همدان بودند. با توجه به مطالعه‌ی موسوی‌زاده و همکاران<sup>۱۸</sup> قصد انجام اعمال زیبایی ۶۸ درصد گزارش شده بود و براساس فرمول ۳۴۰ دانشجوی دختر به عنوان نمونه‌ی نهایی درنظر گرفته شدند.

نمونه‌گیری به شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با تخصیص متناسب بود؛ بدین صورت که ابتدا لیست دانشجویان دختر دانشکده‌های مستقر در دانشگاه با هماهنگی‌های مربوطه استخراج و سپس تعداد و نسبت دانشجویان دختر هر دانشکده به کل دانشگاه مشخص شد، به‌طوری که دانشکده‌هایی که تعداد دانشجوی بیشتری داشتند، حجم نمونه‌ی بیشتری تخصیص داده شد. در ادامه به همان نسبت نمونه‌ها، به صورت تصادفی ساده در هر دانشکده وارد مطالعه شدند. لازم به توضیح است که دانشگاه همدان<sup>۱۹</sup> دانشکده‌ی بهداشت، پرستاری و مامایی، پزشکی، پیراپزشکی، توانبخشی، دندان‌پزشکی، داروسازی و بین‌الملل دارد. معیار ورود شامل اشتغال به تحصیل در دانشگاه علوم پزشکی همدان و جنسیت مؤنث بود. همین‌طور معیار خروج از مطالعه عدم رضایت جهت شرکت در مطالعه توسط دانشجویان بود. لازم به ذکر است مطالعه‌ی حاضر در کمیته‌ی اخلاق دانشگاه علوم پزشکی همدان تأیید و با کد اخلاق IR.UMSHA.REC.1395.590 به ثبت رسیده است. در این پژوهش به منظور جمع‌آوری داده‌ها از یک پرسشنامه‌ی استاندارد استفاده شد<sup>۱۷</sup>. تمامی پرسشنامه‌ها از طریق خودگزارش‌دهی از دانشجویان دختر که تمایل به شرکت در مطالعه داشتند، پس از کسب رضایت آگاهانه تکمیل شد. پرسشنامه دارای دو بخش اطلاعات دموگرافیک و زمینه‌ای دانشجویان و سؤالات درباره‌ی باورهای هنجاری و هنجارهای انتزاعی بود. بخش اول مربوط به اطلاعات دموگرافیک و زمینه‌ای شامل سن، نمایه‌ی توده بدنی، مقطع و رشته‌ی تحصیلی، شغل و میزان تحصیلات والدین،

دانشجویان گروه سنی ۲۱-۳۰ سال بیشترین جمعیت شرکت‌کنندگان در مطالعه بودند (۵۶٪). اکثریت دانشجویان مجرد بودند (۹۰٪) و تقریباً نیمی از دانشجویان در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بودند (۵۷٪). نیز مدت تحصیل نیمی از دانشجویان سه سال و کمتر بود (۵۷٪). نمایه‌ی توده بدنی پدر و مادر دانشجویان به ترتیب تحصیلات دانشگاهی پدر و مادر دانشجویان به ترتیب تحصیلات دانشگاهی پدر و دیپلم (۴۳٪) و وضعیت اشتغال پدر و مادر شرکت‌کنندگان به ترتیب شغل آزاد (۴۳٪) و خانه‌دار بود (۶۹٪). تعداد اعضای خانواده اکثریت بین ۴-۶ نفر بود (۸۳٪) و بیشترین دانشجویان شرکت‌کننده، از رشته‌ی پزشکی بودند (۲۴٪).

جدول ۲ فراوانی نسبی و مطلق نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی را در دانشجویان نشان می‌دهد. تقریباً اکثریت دانشجویان درباره اینکه برنامه‌های تلویزیون و اینترنت منبع مهمی از اطلاعات در مورد مد و جذابیت هستند، موافق بودند (۶۷٪) و حدود نیمی از دانشجویان (۵۰٪) در مورد این سؤال که بدن‌شان را با بدن افراد خوش‌اندام مقایسه می‌کنند، نظر موافق داشتند. هم‌چنین دانشجویان درباره‌ی سایر سؤالات در نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی نظرات موافقی را ابراز نمودند.

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که بین نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی با سن، وضعیت تأهل، وضعیت تحصیلات، شغل مادر، وضعیت تحصیلات مادر و پدر، مدت تحصیل، نمایه‌ی توده بدنی و تعداد اعضای خانواده رابطه‌ی آماری معنی‌دار وجود نداشت ( $P > 0.05$ ) اما بین نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی با رشته تحصیلی و شغل پدر رابطه‌ی آماری معنی‌دار وجود داشت ( $P < 0.05$ ). آزمون توکی نشان داد دانشجویان پرستاری و مامایی و دانشجویانی که شغل پدرشان بازنشسته بود، نمره‌ی میانگین بالاتری در نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی گزارش نمودند.

جدول ۱: اطلاعات دموگرافیک و زمینه‌ای دانشجویان  
دختر موردمطالعه

متغیر	تعداد (درصد)
سن (سال)	۱۸-۲۰ (۴۱٪) ۱۴۲
۲۱-۳۰	۲۱-۳۰ (۵۶٪) ۱۹۳
۳۱-۴۰	۳۱-۴۰ (۱٪) ۵
وضعیت تأهل	متاهل (۱۰٪) ۳۴
مجرد	مفرد (۹۰٪) ۳۰۶
وضعیت تحصیلات	کارشناسی (۵٪) ۱۹۴
دکتری عمومی و تخصصی	کارشناسی ارشد (۱٪) ۴
تحصیل	دکتری ارشاد (۴٪) ۱۴۲
مدت زمان تحصیل	کمتر از ۳ سال (۵٪) ۱۹۶
بیشتر از ۳ سال	بیشتر از ۳ سال (۴٪) ۱۴۵
نمایه‌ی توده بدنی	کمتر از ۱۸.۵ (لاغر) (۷٪) ۲۵۴
بیش از ۲۵-۲۹.۹ (اضافه‌وزن)	۱۸.۵-۲۴.۹ (طبیعی) (۱٪) ۳۹
بیش از ۳۰ (چاق)	۲۵-۲۹.۹ (اضافه‌وزن) (۰٪) ۲
سطح تحصیلات پدر	زیردیپلم (۳٪) ۸۵
دیپلم	دیپلم (۱٪) ۱۰۷
دانشگاهی	دانشگاهی (۴٪) ۱۴۸
سطح	بی‌سود (۷٪) ۲۵
تحصیلات مادر	زیردیپلم (۳٪) ۱۱۱
دیپلم	دیپلم (۳٪) ۱۱۷
دانشگاهی	دانشگاهی (۲٪) ۸۷
شغل پدر	آزاد (۴٪) ۱۴۰
کارمند	کارمند (۲٪) ۸۸
بازنشسته	بازنشسته (۲٪) ۹۱
سایر	سایر (۶٪) ۲۱
شغل مادر	شاغل (۳٪) ۱۰۳
خانه‌دار	خانه‌دار (۶٪) ۲۳۷
تعداد اعضای خانواده (نفر)	کمتر از ۳ (۸٪) ۲۸۴
	۴-۶ (۱٪) ۲۶
	بیش از ۷ (۰٪) ۳۰
رشته‌ی تحصیلی	پزشکی (۵٪) ۲۰
	داروسازی (۷٪) ۲۷
	دنдан‌پزشکی (۱٪) ۵۶
	پرستاری و مامایی (۱٪) ۵۴
	پیراپزشکی (۱٪) ۶۰
	بهداشت (۱٪) ۲۱
	توانبخشی (۰٪) ۱۹
	بین‌الملل

جدول ۲: فراوانی مطلق و نسبی نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی دانشجویان دختر مورد مطالعه

سؤالات نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی						کاملاً موافق
تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	موافق	مخالف	کاملاً موافق
(درصد)	(درصد)	(درصد)	(درصد)	(درصد)	(درصد)	(درصد)
۷۱ (۲۰.۹)	۱۵۸ (۴۶.۵)	۳۰ (۲۱.۲)	۷۲ (۲۱.۲)	۹ (۲.۶)	۱۰۸ (۸.۸)	برنامه‌های تلویزیون و اینترنت منع مهمی از اطلاعات در مورد مد و جذابیت هستند.
۱۲ (۳.۵)	۴۵ (۱۳.۲)	۷۹ (۲۲.۹)	۱۰۱ (۲۹.۷)	۱۰۳ (۳۰.۳)	۷۹ (۲۲.۹)	من از طرف تلویزیون و اینترنت و مجلات در مورد کاهش وزن تحت فشار نیستم.
۱۶ (۷.۴)	۷۸ (۲۳.۲)	۱۲۸ (۳۷.۶)	۷۶ (۲۲.۴)	۴۲ (۱۲.۴)	۱۲۸ (۳۷.۶)	تمایل ندارم شکل بدن من شبیه افرادی که در تلویزیون هستند، باشد.
۲۵ (۷.۴)	۷۶ (۲۲.۴)	۸۳ (۲۴.۴)	۱۰۰ (۲۹.۴)	۵۶ (۱۶.۵)	۸۳ (۲۴.۴)	بدن خود را با بدن ستاره‌های سینما و تلویزیون مقایسه می‌کنم.
۱۶ (۴.۷)	۴۴ (۱۲.۹)	۸۹ (۲۶.۲)	۱۱۷ (۳۴.۴)	۷۴ (۲۱.۸)	۱۱۷ (۳۴.۴)	من از طرف تلویزیون، اینترنت و مجلات برای تناسب اندام احساس فشار نمی‌کنم.
۲۸ (۸.۲)	۸۱ (۲۳.۸۲)	۹۶ (۲۸.۲)	۸۴ (۲۴.۷)	۵۱ (۱۵.۰)	۹۶ (۲۸.۲)	تمایل دارم شکل بدنم شبیه به مدل‌هایی باشد که در مجلات وجود دارند.
۱۸ (۵.۳)	۷۵ (۲۲.۱)	۹۷ (۲۸.۵)	۹۳ (۲۷.۴)	۵۷ (۱۶.۸)	۹۷ (۲۸.۵)	شكل ظاهری خودم را با ظاهر ستاره‌های سینما و تلویزیون مقایسه می‌کنم.
۲۰ (۵.۹)	۱۰۴ (۳۰.۶)	۵۰ (۱۴.۷)	۷۲ (۲۱.۲)	۹۴ (۲۷.۶۲)	۷۲ (۲۱.۲)	آهنگ‌های تصویری در تلویزیون و اینترنت یک منبع مهم برای مد و جذاب شدن نیستند.
۱۶ (۴.۷)	۴۸ (۱۴.۱)	۸۰ (۲۳.۵)	۱۱۰ (۳۲.۴)	۸۶ (۲۵.۳)	۸۰ (۲۳.۵)	من از طرف تلویزیون اینترنت و مجلات برای لاغر شدن احساس فشار نمی‌کنم.
۱۹ (۵.۶)	۷۹ (۲۳.۲)	۱۱۴ (۳۳.۵)	۷۰ (۲۰.۶)	۵۸ (۱۷.۱)	۱۱۴ (۳۳.۵)	تمایل دارم بدنم شبیه به افرادی باشد که در فیلم‌ها هستند
۱۸ (۵.۳)	۶۶ (۱۹.۴)	۸۷ (۲۵.۶)	۱۰۷ (۳۱.۵)	۶۲ (۱۸.۲)	۸۷ (۲۵.۶)	بدن را با بدن افرادی که در مجلات نشان داده می‌شوند مقایسه نمی‌کنم.
۳۲ (۹.۴)	۹۳ (۲۷.۴)	۱۲۱ (۳۵.۶)	۶۷ (۱۹.۷)	۲۷ (۷.۹)	۱۲۱ (۳۵.۶)	مقالات موجود در مجلات منع مهمی از اطلاعات در مورد مد و جذاب شدن نیستند.
۱۲ (۳.۵)	۵۵ (۱۶.۲)	۸۰ (۲۳.۵)	۱۱۷ (۳۴.۴)	۷۶ (۲۲.۴)	۸۰ (۲۳.۵)	من از طرف تلویزیون و اینترنت برای داشتن بدنی عالی و بدون عیب تحت فشار هستم.
۱۸ (۵.۳)	۶۰ (۱۷.۶)	۹۰ (۲۶.۵)	۹۶ (۲۸.۲)	۷۶ (۲۲.۴)	۹۰ (۲۶.۵)	تمایل دارم شبیه مدل‌های موجود در آهنگ‌ها و موسیقی‌های تصویری به نظر برسم.
۱۸ (۵.۳)	۷۴ (۲۱.۸)	۸۲ (۲۴.۱)	۱۰۱ (۲۹.۷)	۶۵ (۱۹.۱)	۸۲ (۲۴.۱)	قیافه ظاهری خودم را با ظاهر افرادی که در مجلات هستند مقایسه می‌کنم.
۳۵ (۱۰.۳)	۱۱۱ (۳۲.۶)	۱۰۰ (۴۹.۴)	۵۵ (۱۶.۲)	۳۹ (۱۱.۵)	۱۰۰ (۴۹.۴)	تبیینات موجود در مجلات منع اطلاعاتی مهمی در مورد مد و جذاب شدن هستند.
۱۵ (۴.۴)	۵۵ (۱۶.۲)	۹۱ (۲۶.۸)	۱۱۵ (۳۳.۸)	۶۴ (۱۸.۸)	۹۱ (۲۶.۸)	تلویزیون، اینترنت و مجلات من را برای داشتن یک رژیم غذایی تحت فشار قرار می‌دهند.
۴۷ (۱۳.۸)	۶۶ (۱۹.۴)	۹۲ (۲۷.۱)	۹۶ (۲۸.۲)	۳۹ (۱۱.۵)	۹۲ (۲۷.۱)	تمایل ندارم شبیه افراد ورزشکار در مجلات به نظر برسم.
۴۰ (۱۱.۸)	۱۳۳ (۳۹.۱)	۷۷ (۲۲.۶)	۶۱ (۱۷.۹)	۲۹ (۸.۵)	۷۷ (۲۲.۶)	بدن را با بدن افراد خوش اندام مقایسه می‌کنم.
۴۱ (۱۲.۱)	۱۲۱ (۳۵.۶)	۵۵ (۱۶.۲)	۱۰۰ (۴۹.۴)	۲۳ (۶.۸)	۱۰۰ (۴۹.۴)	عکس‌ها و تصاویر موجود در مجلات یکی از منابع مهم در مورد مد و جذاب شدن هستند.
۲۵ (۷.۴)	۷۹ (۲۳.۲)	۱۱۰ (۳۲.۴)	۸۵ (۲۵.۰)	۴۱ (۱۲.۱)	۱۱۰ (۳۲.۴)	تلويزیون، اینترنت و مجلات، من را برای ورزش کردن تحت فشار قرار می‌دهند.
۲۵ (۷.۴۵)	۸۳ (۲۴.۴)	۹۸ (۲۸.۸)	۸۸ (۲۵.۹)	۴۶ (۱۳.۵)	۹۸ (۲۸.۸)	تمایل دارم شبیه افراد ورزشکار معروف به نظر برسم.
۲۶ (۷.۶)	۹۲ (۲۷.۱)	۸۱ (۲۳.۸)	۸۷ (۲۵.۶)	۵۴ (۱۵.۹)	۹۲ (۲۷.۱)	بدن را با بدن ورزشکاران مقایسه می‌کنم.
۴۰ (۱۱.۸)	۱۱۹ (۳۵.۰)	۱۰۵ (۳۰.۹)	۵۳ (۱۵.۶)	۲۳ (۶.۸)	۱۱۹ (۳۵.۰)	فیلم‌ها منابع اطلاعاتی مهمی برای مد و جذاب شدن هستند.
۱۸ (۵.۳)	۴۳ (۱۲.۶)	۱۰۱ (۲۹.۷)	۱۱۵ (۳۳.۸)	۶۳ (۱۸.۵)	۱۰۱ (۲۹.۷)	از تلویزیون اینترنت و مجلات برای تغییر قیافه ظاهری ام تحت فشار هستم.
۲۲ (۶.۵)	۷۳ (۲۱.۵)	۹۶ (۲۸.۲)	۱۰۰ (۲۹.۴)	۴۹ (۱۴.۴)	۹۶ (۲۸.۲)	تلاش نمی‌کنم تا شبیه به افرادی که در تلویزیون هستند شوم.
۳۹ (۱۱.۵)	۱۱۸ (۳۴.۷)	۹۷ (۲۸.۵)	۵۴ (۱۵.۹)	۳۲ (۹.۴)	۹۷ (۲۸.۵)	فیلم‌ها منابع اطلاعاتی مهمی برای مد و جذاب شدن نیستند.
۵۰ (۱۴.۷)	۱۰۸ (۳۱.۸)	۹۵ (۲۷.۹)	۶۲ (۱۸.۲)	۲۵ (۷.۴)	۹۵ (۲۷.۹)	افراد مشهور منابع مهم اطلاعاتی برای مد و جذاب شدن هستند.
۴۱ (۱۲.۱)	۸۸ (۲۵.۹)	۱۰۰ (۲۹.۴)	۶۷ (۱۹.۷)	۴۴ (۱۲.۹)	۱۰۰ (۲۹.۴)	تلاش می‌کنم تا شبیه ورزشکاران شوم.

می‌دهد که در مجموع متغیرهای زمینه‌ای و دموگرافیک ۰۰۸ از واریانس نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در بین دانشجویان مورد مطالعه را تبیین می‌کردد. از بین متغیرهای زمینه‌ای و دموگرافیک نمایه‌ی توده‌ی بدنی و شغل پدر دارای سهم معنی‌داری در تبیین واریانس نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی بین دانشجویان شرکت‌کننده در مطالعه بودند.

دانشجویان اغلب از طریق اینترنت اطلاعات درباره‌ی جراحی زیبایی کسب می‌کردند (۶۳٪). همین طور بهترین دوستان اغلب دانشجویان سابقه‌ی عمل زیبایی داشته‌اند (۷۹٪). نتایج نشان داد که اختلاف معنی‌داری در میانگین نمره‌ی نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی شرکت‌کنندگان در مطالعه در رابطه با منابع کسب اطلاعات از طریق اینترنت وجود دارد ( $P < 0.05$ ). جدول ۴ تحلیل آزمون رگرسیون خطی را نشان

گردید. بررسی نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی نشان داد که ۶۷٪ درصد از شرکت‌کنندگان با نقش برنامه‌های تلویزیون و اینترنت به عنوان منابع مهم درخصوص مد و جذاب شدن موافق بودند. همچنین نتایج حاصل از مطالعات دیگر بیانگر این موضوع است که رسانه‌ها و نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی<sup>۱۸-۲۰</sup> و مقایسه با بدن سایر افراد خوش‌اندام عوامل مؤثری در شکل‌گیری باور افراد در مورد ظاهر خود و جراحی زیبایی در افراد دارد.<sup>۲۱-۲۲</sup> اما نتایج مطالعه‌ی عباس‌زاده و همکاران نشان داد که میزان استفاده از تلویزیون داخلی تأثیری در نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی افراد ندارد چون اصولاً در تلویزیون‌های داخلی به مسأله‌ی بدن و الگوی بدنی ایده‌آل چندان پرداخته نمی‌شود اما در پژوهش‌های انجام‌شده در خارج کشور، بین میزان استفاده از اینترنت و ماهواره و تأثیر آن بر ایجاد انگیزه در انجام رفتار، رابطه‌ی معنی‌داری گزارش شده بود.<sup>۲۳</sup>

بررسی رابطه بین نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی با متغیرهای دموگرافیک در پژوهش حاضر نشان داد که بین نگرش‌ها و متغیرهایی هم‌چون شغل پدر و رشته‌ی تحصیلی رابطه‌ی آماری معنی‌داری وجود دارد. پاشا و همکاران در مطالعه‌ی خود گزارش کردند بین نگرش افراد درباره‌ی جراحی زیبایی و شغل پدر رابطه‌ی آماری معنی‌داری وجود دارد.<sup>۲۴</sup> بین رشته‌ی تحصیلی و نگرش به جراحی زیبایی نیز رابطه‌ی آماری معنی‌داری مشاهده شد. در مطالعه‌ی توسلی و همکاران<sup>۲۵</sup> و دهداری و همکاران<sup>۲۶</sup> بین تحصیلات و تمایل به جراحی زیبایی رابطه‌ی مستقیم مشاهده شده بود که با نتایج حاصل از این مطالعه هم‌خوانی داشت اما در مطالعه‌ی قلعه‌بندی نیز سطح تحصیلات با میزان تقاضا برای جراحی زیبایی همبستگی وجود نداشت.<sup>۲۷</sup> که با نتایج حاصل از این مطالعه هم‌سو نیست. احتمالاً این عدم تناقض می‌تواند به این علت باشد که جمعیت هدف گروه‌های مطالعات حاضر با هم متفاوت بود.

نتایج مطالعه‌ی حاضر نشان داد که بین نمایه‌ی

جدول ۳: بررسی ارتباط نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی با متغیرهای دموگرافیک دانشجویان دختر مورد مطالعه

متغیر	میانگین <sup>a</sup> انحراف معیار P
سن (سال)	۱۸-۲۰
	۲۱-۳۰
	۳۱-۴۰
وضعیت تحصیلات	متاهل
	مجرد
	کارشناسی ارشد
مدت زمان تحصیل	دکتری عمومی و تخصصی
	کمتر از ۳ سال
	بیشتر از ۳ سال
نمایه‌ی توده‌ی بدنی	کمتر از ۱۸/۵ (لاعمر)
	۱۸/۵-۲۴/۹ (طبیعی)
	۲۵-۲۹/۹ (اضافه‌وزن)
سطح تحصیلات	بیش از ۳۰ (چاق)
	زیردبلم
	دبلم
پدر	دانشگاهی
	بی‌سواد
	زیردبلم
مادر	دانشگاهی
	شاغل
	خانه‌دار
شغل پدر	سایر
	آزاد
	کارمند
شغل مادر	بازنیسته
	کمتر از ۳
	۴-۶
تعداد اعضای خانواده (نفر)	بیش از ۷
	پزشکی
	داروسازی
رشته تحصیلی	دنдан‌پزشکی
	پرستاری و مامایی
	پیرازشکی
بهداشت	پهداشت
	توانبخشی
	بین‌الملل

## بحث

مطالعه‌ی حاضر جهت تعیین نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد جراحی‌های زیبایی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی انجام

جدول ۴: نقش پیش‌بینی کنندگی متغیرهای دموگرافیک بر نگرش‌های اجتماعی – فرهنگی دانشجویان دختر مورد مطالعه (رگرسیون خطی،  $R^2=0,08$ )

متغیر	رجرسیونی	ضریب	خطای استاندارد	شیب خط ( $\beta$ )	سطح معنی‌داری	فاصله اطمینان ۹۵%	حد بالا	حد پایین
سن	۰,۳۳	۰,۴۴	۰,۰۴	۰,۴۷	۰,۵۳	-۰,۵۳	۱,۲۰	۱,۲۱
وضعیت تأهل	۲,۵۱	۳,۱۴	۰,۰۴	۰,۴۲	۰,۴۲	-۳,۶۷	۸,۷۰	-۳,۶۷
وضعیت تحصیلات	-۱,۷۳	۱,۲۳	-۰,۱۰	۰,۷۵	۰,۷۵	-۴,۱۵	۰,۶۹	-۴,۱۵
مدت تحصیل	-۲,۱۷۵	۲,۰۳	-۰,۰۶	۰,۲۸	۰,۲۸	-۶,۱۸	۱,۸۲	-۶,۱۸
نمایه‌ی توده‌ی بدنی	-۱,۰۴۹	۰,۳۲	-۰,۱۷	۰,۰۰	۰,۰۰	-۱,۶۸	-۰,۴۱	-۱,۶۸
سطح تحصیلات پدر	-۰,۰۰۲	۱,۰۷	-۰,۰۱	۰,۹۸	۰,۹۸	-۳,۱۳	۳,۰۷	-۳,۱۳
سطح تحصیلات مادر	۰,۵۴	۱,۴۷	۰,۰۲	۰,۷۱	۰,۷۱	۱,۰۱	۴,۹۴	۱,۰۱
وضعیت شغل پدر	۲,۹۸	۰,۹۹	۰,۱۶	۰,۰۰	۰,۰۰	-۲,۳۵	۳,۴۴	-۲,۳۵
وضعیت شغل مادر	۱,۵۱	۱,۱۳	۰,۰۸	۰,۱۸	۰,۱۸	-۰,۷۲	۳,۷۵	-۰,۷۲
تعداد اعضای خانواده (نفر)	۰,۴۸	۰,۵۶	۰,۰۵	۰,۴۵	۰,۴۵	۰,۴۵	۱,۲۷	۰,۴۵
رشته‌ی تحصیلی	۰,۱۶	۰,۵۳	۰,۰۲	۰,۷۵	۰,۷۵	-۰,۸۸	۱,۲۱	-۰,۸۸

تفاوت نگرش در جراحی‌هایی باشد که در این مطالعات درنظر گرفته شده است. مطالعه‌ی قلعه‌بندی فقط برای جراحی بینی صورت گرفته بود.

درنهایت، از محدودیت‌های مطالعه‌ی حاضر می‌توان به مواردی اشاره کرد؛ از جمله اینکه در این مطالعه تنها عوامل مرتبط در انجام جراحی زیبایی در دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی سنجیده شد و ضمناً کاربرد ابزارهای خودگزارشی با این مشکل همراه است که ممکن است آزمودنی‌ها در پاسخ به پرسشنامه‌ها صداقت کامل نداشته باشند.

با توجه به نتایج حاصل از این مطالعه، انجام مطالعاتی مشابه به‌طور مدون و گستردۀ بین دانشجویان سایر دانشگاه‌های کشور و مقایسه‌ی آن‌ها با یافته‌های این تحقیق پیشنهاد می‌گردد. همچنین توجه خاص به خوابگاه‌های دانشجویی و شرایط دانشجویان در این خوابگاه‌ها و پیش‌بینی برنامه‌های فرهنگی متنوع برای دانشجویان جهت پرکردن اوقات فراغت آن‌ها باشد. در این زمینه طراحی و اجرای مداخلات آموزشی منظم و انجام مشاوره‌های فردی برای دانشجویان توسط مراکز مشاوره دانشجویی

توده‌ی بدنی و نگرش‌ها در رگرسیون خطی رابطه‌ی آماری معنی‌داری وجود دارد. در مطالعه‌ی پاشا و همکاران دریافتند شاخص نمای توده‌ی بدنی افراد مقاضی جراحی زیبایی نسبت به افراد عادی بیشتر است. درواقع افراد با شاخص حجم بدنی بالا، تصویر بدنی ضعیفتری از خود داشته و علاوه‌مندی بیشتری به جراحی زیبایی نشان می‌دهند که با نتایج حاصل از این پژوهش هم خوانی داشت<sup>۲۴</sup>. اما نتایج مطالعه‌ی دهداری و همکاران با این نتیجه متناقض بود که احتمالاً می‌تواند ناشی از تفاوت جوامع موردنبررسی از نظر زمینه‌های فرهنگی باشد<sup>۲۵</sup>.

طبق نظر دانشجویان تحت مطالعه، عمدت‌ترین منابع کسب اطلاعات در مورد جراحی زیبایی، اینترنت بود بنابراین نتایج مطالعه‌ی حاضر با نتایج مطالعه‌ی دهداری و همکاران تطابق داشت<sup>۲۶</sup>. در آن مطالعه یکی از مهم‌ترین منابع کسب اطلاعات راجع به جراحی زیبایی اینترنت بود ولی در مطالعه‌ی قلعه‌بندی، اصلی‌ترین منابع ایجاد انگیزه، دوستان، همکلاسی‌ها و خویشاوندان بودند که با نتایج مطالعه‌ی حاضر تطابق نداشت<sup>۲۷</sup>. این عدم تطابق احتمالاً می‌تواند ناشی از

مطالعه (در قالب طرح تحقیقاتی مصوب مرکز پژوهش دانشجویی با شماره طرح ۹۵۱۲۱۰۷۷۰۵) و همچنین از کلیه دانشجویان که در تمامی مراحل پژوهش، محققین را یاری کردند، تشکر و قدردانی به عمل آورند.

دانشگاه با درنظر گرفتن نتایج مطالعه‌ی حاضر پیشنهاد می‌گردد.

### تشکرو قدردانی

نویسنده‌گان این مقاله بر خود لازم می‌دانند از پشتیبانی مالی دانشگاه علوم پزشکی همدان از این

### References

1. Khanjani Z, Babapour J, Gazize S. Comparison of psychopathology in people seeking cosmetic surgery with controls. Pajohandeh Journal 2012; 17:26-31. (Persian)
2. Cash TF, Phillips KA, Santos MT, et al. Measuring "negative body image": validation of the body image disturbance questionnaire in a nonclinical population. Body Image 2004; 1: 363-72.
3. Brozekoeski DL, Bayer AM. Body image and media use among adolescents. Adolscent Med Clinics 2005; 16: 230-89.
4. Emdadi S, Bijari S, Rostami F, et al. Relationship between body image and self-efficacy in female students of Hamadan University of Medical Sciences. Journal of Dermatology and Cosmetic 2017; 8:90-99. (Persian)
5. Rastegar Khaled A, Kaveh M. Women and beauty project (subjective meanings of cosmetic surgery). Women in Development & Politics 2014;11:453-78. (Persian)
6. Golar R. Functional and esthetic rhinoplasty. Aesthetic Plast Surg 2004; 27: 390-6.
7. Noghani M, Mazlome Khorasani M, Varshovi S. Social factors influencing cosmetic surgery for women. Journal of Social Studies of Women 2011; 8: 75-101. (Persian)
8. Mousavizadeh SM, Niazi Shahraki F, Kalantar Hormozi A, et al. Assessing tendencies and motivations of female volunteers for cosmetic surgery. Pajohandeh Journal 2010; 14:318-323. (Persian)
9. Bahar M, Vakili Ghazi Jahani M. Analyzing the discourse of beauty surgeries on the face. Women in Development & Politics 2011;9:63-92. (Persian)
10. Zojaji R, Javanbakht M, Ghanadan A, et al. High prevalence of personality abnormalities in patients seeking rhinoplasty. Otolaryngol Head Neck Surg 2007;137:83-87.
11. Khanjani Z, Babapoor J, Gorizeh S. Investigating mental status and body image in cosmetic surgery applicants in comparison with non-applicants. J Shahid Sadough Univ Med Sci 2012; 20:237-48. (Persian)
12. Khazir Z, Dehdari T, Mahmoodi M. Attitude of female medical students towards cosmetic surgery and its relation with body image. Razi Journal of Medical Sciences 2014;20:1-9. (Persian)
13. Swami V, Chamorro-premuzic T, Bridges S, et al. Acceptance of cosmetic surgery: personality and individual difference predictors. Body Image 2009;6:7-13.
14. Luo W. Aching for the modern body: Chinese women's consumption of cosmetic surgery [PhD Dissertation]. University of Utah, Salt Lake City, UT, USA; 2008.
15. Moss TL, Hariss DI. Psychological change after aesthetic plastic surgery: a prospective controlled outcome study. Psychol Health Med 2009; 14: 567-76.

16. Glanz K, Rimer BK, Viswanath K. Health behavior and health education: Theory, research and practice. 4<sup>th</sup> ed. San Francisco; Jossey-Bass publisher, 2008: 23-38.
17. Mohammadpanah Ardakan A, Babapour Kheir-ol-din J, Yousefi R. Validity of Persian version of socio-cultural attitudes towards appearance questionnaire (SATAQ- 3) using factor analysis. Journal of Dermatology and Cosmetic 2014; 5: 22-32. (Persian)
18. Heyes C. Cosmetic surgery and the televisual makeover. Fem Media Stud 2007; 7: 17-32.
19. 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.
20. 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.
21. Zarshenas S, Karbalaei 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)
22. Ardestani A. Comparison of social attitudes of athletes and non-athletes, Thesis for the Degree Master of Science (Arts) In Psychology. Tarbiat Moallem University. Tehran, 2003 (Persian)
23. Abbaszadeh M, Aghdasi F, Saadati M, et al. A sociological study of tendency towards beauty by plastic surgery and its related factors (case study: 16- 64 year-old women and girls of Tabriz). Journal of Applied Sociology 2012; 23:123-140. (Persian)
24. Pasha Gh, Naderi F. Comparison of body image, body mass index, general health and self-concept among people who did cosmetic surgery and normal people in city Behbahan. J New Finding Psychol 2006; 3: 61-80. (Persian)
25. Tavasoli G, Modiri F. Women tend to cosmetic surgery. J Women Studies 2012; 10: 61-82. (in Persian)
26. Dehdari T, Khanipou A, Khazir Z, Dehdari L. Predict the intention to perform cosmetic surgery on female college students based on the theory of reasoned action. Military Caring Sciences 2015;1:109-15. (Persian)
27. Ghalebandi M, EbrahimiA. Personality pattern of applicant rhinoplasty. J Andishe Tafakor 2004; 4:57-8. (Persian)

## Socio-cultural attitudes about cosmetic surgery and its related factors among female students of Hamedan University of Medical Sciences: a cross-sectional study

Fariba Kazemi Kilehgolan, BSc<sup>1</sup>  
Sahar Parsafar, BSc<sup>1</sup>

Maryam Afshari, MSc<sup>2</sup>  
Majid Barati, PhD<sup>3</sup>

1. Students Research Center, Hamedan University of Medical Sciences, Hamedan, Iran
2. Department of Public Health, School of Health, Hamedan University of Medical Sciences, Hamedan, Iran
3. Research Center for Behavioral Disorders and Substance Abuse, Department of Public Health, Hamedan University of Medical Sciences, Hamedan, Iran

**Background and Aim:** Cosmetic surgery is performed to change the appearance of people and improve their self-esteem and according to the available reports, Iran ranked first in cosmetic surgery. The aim of this study was to determine the socio-cultural attitudes about cosmetic surgery and its related factors among female students of Hamadan University of Medical Sciences.

**Methods:** This cross-sectional study was carried out on 340 female students of Hamadan University of Medical Sciences in 2017 with a stratified sampling method. To gather data, we used socio-cultural attitudes questionnaire and recorded demographic variables. Data were analyzed with SPSS 24 software using t-test, ANOVA and linear regression tests.

**Results:** The age group of 21-30 years were the most frequent participants (56.7%). Most of the students were medical students (24.4%). They often received information about cosmetic surgery via the internet (63.2%). There were significant statistical relationships between social and cultural attitudes with the field of study and father's job ( $P<0.05$ ). The results of regression analysis showed that the variables of the father's job and body mass index evaluation predicted the social and cultural attitudes.

**Conclusion:** It is recommended to conduct similar studies other universities of the country and compare them with the findings of this research.

**Keywords:** attitudes, cosmetic surgeries, female, students

Received: Nov 14, 2017 Accepted: Jan 18, 2018

Dermatology and Cosmetic 2017; 8 (4): 185-194

**Corresponding Author:**  
Majid Barati, PhD

Ayatollah Kashani Blvd., Khaje Rashid Block, Department of Public Health, Hamedan University of Medical Sciences, Hamedan, Iran  
Email: Barati@umsha.ac.ir

**Conflict of interest:** None to declare