

عنوان مقاله:

ارزیابی عوامل اجتماعی و خانوادگی با تکیه بر نقش رسانه ها در افزایش تعداد جراحیهای زیبایی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

حمیدرضا معماریان - دکتر، دپارتمان پزشکی اجتماعی، دانشگاه پزشکی وین، وین، اتریش

آسیه حمیدی پور - فوق لیسانس، دانشکده زیست شناسی، پردیس علوم، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

عوامل روانی، اجتماعی، خانوادگی، فرهنگی و رسانه ها از جمله مهمترین فاکتورهای تأثیرگذار در افزایش میزان عمل های مختلف جراحی زیبایی است. هدف از پژوهش حاضر ارزیابی کلی عوامل اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی مرتبط با میزان علاقمندی زنان به انجام جراحی های زیبایی و بررسی ویژگی های روانی زنان علاقمند به انجام روش های مختلف عمل های جراحی با تمرکز بر رسانه ها بود. مطالعه حاضر بر روی 718 نفر از زنان بین سنین 18-35 سال در سطح شهر تهران به صورت رندوم با پرسشنامه های از پیش تهیه شده، صورت گرفته است. 53% از زنان تمایل به انجام عمل های مختلف جراحی زیبایی داشتند. 27% از آن ها لیبوساکشن، 17% عمل بزرگ کردن پستان، 10% رینوپلاستی و 5/6% ابدومینوپلاستی انجام دادند. در این پژوهش تلویزیون، ماهواره، خانواده و توصیه به انجام عمل های مختلف جراحی زیبایی به ترتیب مهمترین عوامل برای انجام رینوپلاستی بشمار می رفت. همچنین تلویزیون، طلاق/ جدایی و اختلالات تغذیه ای از اصلی ترین دلایل مرتبط با علاقمندی به لیبوساکشن بود. لازم به ذکر است که اصلی ترین دلیل انجام ابدومینوپلاستی، داشتن فرزند بود. از آنجا که در ایران تماشای ماهواره، تلویزیون های غربی و روابط اجتماعی درون خانوادگی نقش شاخصی در رشد میزان جراحی های زیبایی دارد باید به بررسی هرچه دقیق تر محتوای رسانه های غربی پرداخته و همچنین مطالعات گسترده تری مبنی بر جذاب کردن هر چه بیشتر محتوای برنامه های رسانه های داخلی بمنظور جلوگیری از انجام جراحی های زیبایی غیر ضروری صورت گیرد.

کلمات کلیدی:

عوامل اجتماعی و خانوادگی، جراحی زیبایی، رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421200>

