

بررسی برخی ویژگی های جمعیت شناختی، اجتماعی، پزشکی

و روانشناختی

مراجعه کنندگان برای جراحی زیبایی بینی

چکیده:

هدف: پژوهش حاضر با هدف بررسی برخی ویژگی های جمعیت شناختی، اقتصادی - اجتماعی، پزشکی و روانشناختی مراجعه کنندگان برای انجام جراحی زیبایی بینی به مطب های خصوصی پزشکان و مراکز پزشکی ارائه دهنده این خدمات انجام شده است.

روش: در یک بررسی مقطعی - توصیفی، ۱۲۴ مراجعه کننده به پنج مطب خصوصی و یک مرکز پزشکی در شهر تهران، در نیمه دوم اسفند ماه ۱۳۸۵ که به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شده بودند، به کمک یک پرسشنامه جمعیت شناختی و نگرشی مورد بررسی قرار گرفتند. داده های گرد آوری شده به کمک روشهای آمار توصیفی و آزمون آماری 2 χ تحلیل گردیدند.

یافته ها: ۸۱/۷٪ (۱۰۳ نفر) از پاسخگویان زن و ۱۸/۳٪ (۲۳ نفر) مرد بودند. ۷۴/۶٪ (۹۴ نفر) مجرد و ۲۴/۶٪ (۳۱ نفر) متاهل بودند. ۹/۴٪ آنان (۱۲ نفر) در گروه سنی زیر ۲۰ سال، ۶۹٪ (۸۷ نفر) ۲۰ تا ۳۰ سال و ۱۸/۳٪ (۲۳ نفر) در گروه ۳۱ تا ۴۰ سال بوده اند. از نظر وضعیت تحصیلی، ۵۷/۲٪ پاسخگویان دارای لیسانس و درجات بالا تر بودند. ۶۵/۱٪ (۸۲ نفر) با انگیزه زیبا تر شدن و ۲۶/۲٪ (۳۳ نفر)، درمان انحراف بینی و اصلاح بد شکلی آن اقدام به جراحی زیبایی بینی نموده بودند. این بررسی بین اضطراب دلبستگی، اعتماد به نفس، اضطراب تصمیم گیری، خلق عمومی از یک سو و سایر متغیر های مورد بررسی (خود انگاره، افکار بیش بها داده شده، ایده آل گرایی، خلق عمومی، اضطراب اجتماعی، اضطراب تصمیم گیری و اعتماد به نفس) از سوی دیگر، ارتباط معنی داری را نشان داد. ارتباط میان ایده آل گرایی، خود انگاره پاسخگویان و افکار بیش بها داده شده نیز با بیشتر متغیر های مورد بررسی معنی دار بود.

نتیجه گیری: گرایش به انجام عمل جراحی زیبایی بینی در زنان مجرد، افراد دارای تحصیلات بالاتر و گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال بیشتر است. همچنین بین برخی ویژگی های روانشناختی با گرایش به انجام این جراحی ارتباط وجود دارد.

کلید واژه: جراحی زیبایی بینی، ویژگی های جمعیت شناختی، ویژگی های اجتماعی -

روانشناختی، نگرش، ایران.