

## مقایسه طرحواره های زیبایی شناختی افراد ۲۰-۱۶ با ۶۰-۵۵ سال بر اساس سن و جنسیت

رضا شریفی نیا<sup>۱</sup>  
هادی بهرامی<sup>۲</sup>  
نورعلی فرخی<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف پژوهش حاضر مقایسه طرحواره های زیبایی شناختی افراد ۲۰-۱۶ با ۶۰-۵۵ سال بر اساس سن و جنسیت می باشد. روش این پژوهش از نوع علی مقایسه ای بود. جامعه آماری شامل تمامی مردان و زنان ۶۰-۵۵ و پسران و دختران ۲۰-۱۶ ساله شهر تهران در سال ۱۳۹۸ به تعداد ۹۰۰۰۰۰ نفر بود که با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی از مناطق ۲۲ گانه شهر تهران به تعداد ۴۰۰ نفر انتخاب شدند. در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته طرحواره های زیبایی شناختی مرتبط با سن و جنسیت (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۷) استفاده گردید. روش آماری در این پژوهش آزمون T مستقل بود. بر اساس یافته های پژوهش می توان چنین نتیجه گیری کرد که علت تفاوت طرحواره های زیبایی شناختی افراد ۱۶ تا ۲۰ و ۵۵ تا ۶۰ در هر دو جنس این است که معیارهای زیبایی از نظر نوجوانان و جوانان باید منطبق با مد روز باشد و اصولاً این طرحواره در بین افراد با سنین پایین تر بیشتر از افراد مسن تر دیده می شود که این مساله می تواند ناشی از گسترش شبکه های اجتماعی و اینترنت در نسل جوان امروز باشد. به طور کلی یافته های این پژوهش نشان داد بین طرحواره های زیبایی شناختی افراد ۲۰-۱۶ و ۶۰-۵۵ سال در دو جنس تفاوت معناداری وجود دارد. ( $P < 0/05$ )

واژه های کلیدی: طرحواره های زیبایی شناختی، سن، جنسیت

۱. دانشجوی دکتری روان شناسی، گروه روان شناسی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده اول) reza.sharifinia64@gmail.com
۲. استاد گروه روان شناسی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) prof.bahrami114@gmail.com
۳. دانشیار، گروه سنجش و اندازه گیری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران farrokhinoorali@yahoo.com

## مقدمه

احساس زیبایی به طور بالقوه در ظرفیت هر انسانی نهفته است. به تدریج در جریان رشد و تحول انسان این حس از طریق حواس پنجگانه تقویت شده و به فعلیت می‌رسد و هر شخصی مفهومی از حس زیبایی در ذهن خود شکل می‌دهد و آن را درک می‌کند. همانطور که ادراک در افراد به لحاظ قابلیت و استعداد متفاوت است، ادراک زیبایی نیز در بین افراد متفاوت است. بنابراین همگان از زیبایی درک واحدی ندارند و اگر داشته باشند، نسبت آن‌ها با هم یکسان نیست. چرا که طرحواره آنان در سنین مختلف و در دو جنس تحت تأثیر تجربیات و حس ذاتی‌شان است (دیباجی و رجبی، ۱۳۹۷). اینکه چطور این حس ذاتی و تجربیات زندگی، تبدیل به طرحواره‌ای از زیبایی در ذهن فرد می‌شود حائز اهمیت است اما برای پی بردن به این مسأله ابتدا باید مفهوم طرحواره و چگونگی شکل‌گیری آن در ذهن افراد بررسی شود (شاکر، ۲۰۱۵).

طرحواره‌ها یکی از مفاهیم اساسی در حوزه روان‌شناسی هستند که در اوایل زندگی شکل می‌گیرند و به حرکت خود ادامه می‌دهند و خودشان را به تجارب بعدی زندگی تحمیل می‌کنند. بر اساس دیدگاه روانشناسان شناختی طرحواره‌ها بعد از شکل‌گیری به سختی تغییر می‌کنند (هانجنز، مارلین و آرنتز<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). از دیدگاه یانگ طرحواره‌ها<sup>۲</sup> باورهای عمیق و مستحکم فرد در مورد خود و جهان هستند و حاصل آموزه‌های سال‌های نخستین زندگی‌اند (فرشیدمنش، داودی و حیدری، ۲۰۲۰). طرحواره همان چیزی است که گاهی اوقات به عنوان نیاز به هماهنگی شناختی از آن یاد می‌شود. یعنی حفظ دیدگاهی با ثبات درباره خود، دیگران و یا یک چیز خاص، اگر چه درست باشد یا تحریف شده، مثبت باشد یا منفی، می‌تواند در اوایل زندگی یا در مسیر بعدی زندگی شکل بگیرد (کلسکو، ویشار و یانگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳).

شکل‌گیری طرحواره‌های زیبایی شناختی در طول زندگی نیز به همین منوال است. از ابتدای زندگی شروع شده و با تجارب زندگی به تدریج شکل می‌گیرد. از هر مفهومی هر فرد طرحواره‌ای در ذهن خود ایجاد می‌کند و یکی از این مفاهیم زیبایی شناختی است. هر فردی طرحواره‌ای خاص در مورد زیبایی دارد و آن را از همان دوران کودکی و در طول زمان بر اساس حس ذاتی و تجارب یادگیری، در ذهن خود شکل می‌دهد. کودکان بر اساس این طرحواره‌ها، حس زیبایی شناختی را در خود پرورش داده و در بزرگسالی نیز بر اساس این طرحواره‌هایی که در ذهن خود دارند معیارهایی را برای زیبایی در نظر می‌گیرند (جاکوبسون و بیوت<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹).

به طور کلی می‌توان گفت منظور از طرحواره‌های زیبایی شناختی، مفهوم و ادراک شناختی فرد از احساس زیبایی است که علاوه بر حس ذاتی، تحت تأثیر فرهنگ، تجارب فردی و تعامل هر فرد با دیگران در طول رشد و نمو قرار می‌گیرد به گونه‌ای که منجر به تفاوت‌های فردی در ادراک زیبایی می‌شود (سوجانن<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸).

بنابراین طرحواره زیبایی شناختی مفهومی نسبی و مبتنی بر تفاوت‌های فردی است و متناسب با فرهنگ و شرایط اجتماعی تعاریف گوناگونی از زیبایی می‌شود. هم‌چنان‌که ادراک در افراد به لحاظ قابلیت و استعدادها مختلف است، ادراک زیبایی نیز در افراد مختلف گوناگون است و همگان از زیبا و

1. Huntjens, Marlin & Arntz
2. Schema
3. Young, Klosko, Weishaar.
4. Jacobsen, Beudt.
5. Sojanen

زیبایی درک واحدی ندارند و اگر داشته باشند، نسبت آن‌ها یکسان نیست و طرحواره آنان در سنین مختلف و در دو جنس تحت تأثیر همین تجربیات و فرهنگ است (کالین<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰، ترجمه علیا، ۱۳۹۷). بر این اساس می‌توان گفت یکی از عوامل ایجاد طرحواره‌ها به خصوص طرحواره‌های زیبایی شناختی، فرهنگ جامعه است. بر اساس نظر مارگارت مید<sup>۲</sup> انسان‌شناس و جامعه‌شناس، انسان‌ها صرفاً به صورت خنثی عناصر فرهنگی را دریافت نمی‌کنند، بلکه آن‌ها را در درون خود تغییر می‌دهند و همین امر موجب می‌شود که افراد معیارهای زیبایی‌شناختی را از فرهنگی که در آن قرار دارند اقتباس کرده و آن را در خود درونی کنند و در نهایت طرحواره‌های زیبایی را در ذهن خود بر اساس فرهنگ و تجربیات خود شکل دهند (عسگری خانقاه و مهرپد، ۱۳۹۵). از آنجا که این طرحواره‌ها به نوعی عینک‌های فرد برای دیدن و ادراک محیط پیرامونش است، بنابراین رفتار انسان نیز تا حدود زیادی بر اساس این طرحواره‌هایی است که در ذهن او شکل گرفته است (قبادی زاده، یوسفی و قادری، ۱۳۹۸). به‌طور مثال یکی از رفتارهایی که تا حد زیادی متأثر از طرحواره‌های زیبایی‌شناختی افراد می‌باشد برقراری روابط عاطفی و انتخاب همسر است. چرا که طرحواره‌ها تأثیر عاطفی متقابلی را در روابط صمیمانه افراد می‌گذارد و معیارهای آنان در انتخاب همسر و برقراری ارتباط آنها با هم بر اساس همین طرحواره‌ها صورت می‌پذیرد. برخی از افراد معیارهای سرسختانه‌ای برای انتخاب و زیبایی بر می‌گزینند (احمدی و نصراللهی، ۱۳۹۸) و برخی دیگر نیز به دلیل طرحواره‌های ناسازگار اولیه محرومیت هیجانی، نقص و شرم، استحقاق و خودبزرگ بینی دچار خودشیفتگی شده و این معیارهای سرسختانه را به دلیل وجود این طرحواره‌ها بر می‌گزینند. طرحواره‌هایی که شکل‌گیری آنها از دوران کودکی آغاز شده است (ضابطی و جعفری، ۱۳۹۸).

چیزی که در سال‌های کودکی و نوجوانی باعث تقویت این طرحواره‌ها می‌شود علاوه بر جامعه و فرهنگی که در آن رشد می‌یابد، مشاهده، تشویق و ترغیب بیرونی است. از مسائل قابل توجه در این رابطه، دخالت بزرگسالان، معلم، والدین، مربیان، دوستان، شبکه‌های اجتماعی، و رسانه‌های جمعی است. (داعی، ۱۳۹۵). اما مسأله مهم اینجاست که اگر فرد با اطلاعات اشتباه از محیط مواجه شود از طریق تحریف‌های شناختی به اطلاعاتی اهمیت می‌دهد و آنها را برجسته می‌نماید که با طرحواره‌های معیوبش همخوانی دارد و اطلاعاتی که با طرحواره‌هایش منافات دارند را نادیده و یا کم‌ارزش می‌شمارد. به همین دلیل گاه نوجوانان و جوانان امروزی با معیارهایی از زیبایی روبرو می‌شوند که درک نادرستی از آن دارند و از طریق تحریف شناختی در ذهن خود آن را به طرحواره‌ای از زیبایی تبدیل می‌کنند. با این وجود، راهبردهای شناختی، آگاهی شناختی فرد را افزایش می‌دهند و او را به این نتیجه می‌رسانند که طرحواره یا غلط است یا این که سخت اغراق‌آمیز شده است (نرداهی، سورنسن و آگنس<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). احساسات فرد می‌تواند آگاهی شناختی و ادراکات شخصی از زیبایی را تحت تأثیر قرار دهد تا جایی که معیارهای زیبایی هر فرد تا حدودی منحصر به فرد و سلیقه‌ای شده و باعث می‌شود هر شخصی طرحواره‌ای متفاوت از دیگری در ذهن خود بسازد. این طرحواره‌های موجود نه تنها در طول زمان در بین افراد تغییر می‌کند بلکه در بین دو جنس نیز این تفاوت‌ها دیده می‌شود. مردان و زنان هر یک طرحواره‌های زیبایی مخصوص به جنسیت خود را شکل می‌دهند و معیارهایی را برای خود در نظر می‌گیرند که با معیارهای جنس مخالف بسیار متفاوت است. در نتیجه همین تفاوت طرحواره‌های زیبایی

- 
1. Kalin
  2. Margaret Mid
  3. Nordahl, Sorensen, Agnes

در دوره‌های مختلف و در دو جنس گاهی باعث بروز عدم تفاهم بین آنها می‌شود (کیم و لی، ۲۰۱۹). با وجود معیارهای منحصر به فرد، آثار همدوره و تجربیات جمعی یک نسل نیز می‌تواند معیارهای نسبتاً یکسانی را در افراد آن جامعه به وجود آورد و تا حدودی باعث شکل‌گیری طرحواره‌های مشابهی از زیبایی در یک نسل از جامعه شود. در نتیجه ما شاهد این خواهیم بود که معیارهای زیبایی افراد در یک نسل با نسل قبل و بعد از خود متفاوت شود و این تفاوت در معیارهای زیبایی در طول زمان، خود باعث ایجاد عدم تفاهم بین دو نسل می‌شود؛ زیرا هر یک طرحواره‌های خاص خود را از زیبایی در طول زمان شکل داده‌اند (مایمونه و لاوتر و جفری، ۲۰۲۰).

تفاوت در معیارها و طرحواره‌های زیبایی در طول زمان به خصوص در قرن حاضر، منجر به شکاف نسلی عمیقی بین والدین و فرزندان شده است. به ویژه والدینی که فاصله سنی بیشتری با فرزندان خود دارند. آنها معیارهای زیبایی و مدهایی را که مدنظر فرزندانشان است را نمی‌پسندند و فرزندان نیز تفکرات والدین خود را قبول ندارند. این مسأله زمانی شدت می‌گیرد که فرزندان امروزی اعم از دختران و پسران به خاطر در اختیار داشتن تکنولوژی‌های ارتباطی مانند اینترنت، ماهواره و شبکه‌های اجتماعی با موج بزرگی از ارتباطات در دنیای امروز مواجه هستند و مدام در معرض ملاک‌ها و معیارهای جدید زیبایی در دنیای امروز قرار می‌گیرند. برای همین طرحواره‌های زیبایی افراد مدام دستخوش تغییر و تحول است و شکاف نسلی عمیقی بین والدین و فرزندان به وجود آورده است (عباسی، ۱۳۹۵). با گسترش وسایل ارتباط جمعی و فناوری‌های جدید رایانه‌ای، جوانان ارتباطات گسترده‌ای با جوامع و فرهنگ‌های گوناگون پیدا کرده‌اند و مسأله مهم در این زمینه، شناخت و آگاهی از ارزش‌ها، باورها و انتخاب الگوهای مطلوب است که بسیار پیچیده و مشکل‌تر شده است و چه بسا زمینه‌های موجود باعث شده برخی از جوانان به رفتارها و الگوهای متضاد با ارزش‌های جامعه خویش رو آورند. در این زمینه گروه‌های مرجع به‌عنوان ابزاری که نوجوانان و جوانان را در تصمیم‌گیری یاری می‌کنند، نقش مهمی در این زمینه بازی می‌کنند. بسیاری از لباس‌هایی که جوانان امروزی می‌پوشند و بسیاری از معیارهای زیبایی در دنیای امروز الگو گرفته از ظاهر خوانندگان، بازیگران و ورزشکارانی است که در نقش همین گروه‌های مرجع می‌باشند (عسکری خانقاه و مهربد، ۱۳۹۵). تحلیل روانشناختی این رفتارها نشان دهنده نوعی از تعلق گروهی، نوجویی، تنوع‌طلبی و گرایش جوانان به امروزی شدن است و کاملاً یک پدیده طبیعی و تا حدودی نابهنجار در جهت ارضای نیاز به زیبایی و مورد توجه قرار گرفتن محسوب می‌شوند. همچنین از دیدگاه روانشناختی مدگرایی با نوعی خودنمایی و نیاز به جلب توجه دیگران در ارتباط است که جوانان امروزی اعم از دختر و پسر برای زیبا جلوه دادن خود به مدگرایی روی می‌آورند و برای زیباتر دیده شدن دست به هر کاری می‌زنند (توسلی، سماواتی و فتحعلی زاده، ۱۳۹۷).

به دلیل اهمیتی که زیبایی‌شناختی در بین اقشار مختلف مردم دارد، تمامی رسانه‌های دنیا به نوعی در برنامه‌ها و تبلیغات رسانه‌ای خود به این نکته توجه خاصی نشان می‌دهند و سعی بر این دارند هر یک الگو و معیار خاصی از زیبایی و مد را وارد جوامع بشری نمایند و به تدریج با ایجاد طرحواره‌های ذهنی جدیدی از زیبایی در ذهن جوانان، افکار آنان را به سمت و سوی دلخواه خود سوق داده و درک درست آنان از زیبایی را تحت تأثیر قرار دهند. در نتیجه جوانان بدون تحلیل و تفکر منطقی در مورد این الگوها و معیارها به تدریج طرحواره‌ای جدید از زیبایی را در ذهن خود می‌سازند. در این صورت بیم آن می‌رود که طرحواره‌های جوانان دستخوش تغییرات بنیادین شود و ادراک‌های آنان تحت تأثیر قرار گیرد. به

1. Kim, Lee

2. Maymone, Laughter, Jeffrey

طوری که شکافی عمیق بین نسل‌های گذشته، حال و آتی ایجاد نماید (حسینی و احمدی، ۱۳۹۷). پژوهش‌های متعددی پیرامون زیبایی و مدگرایی صورت گرفته است. قربانی و کرفه (۱۳۹۸) پژوهشی را با هدف بررسی نقش ماهواره بر ادراک زیبایی و مدگرایی زنان ۲۰ تا ۳۰ شهر گنبدکاووس انجام دادند. یافته‌ها آنان نشان داد بین استفاده از ماهواره با ادراک زیبایی و نحوه پوشش و آرایش ظاهری دختران و زنان و انتخاب مد رابطه وجود دارد. نیکنام و خودی (۱۳۹۸)، در پژوهشی نشان دادند که زنان در مقایسه با مردان در ادراک زیبایی و تصویر بدن با ارزیابی تناسب، گرایش به تناسب، ارزیابی و ادراک بدنی نمره بالاتری داشتند. همچنین در زنان بین رضایت از بدن و احساس زیبایی و شادکامی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت و خودپنداره مثبت آنان را پیش بینی می‌کرد. یافته‌های پژوهش آزادگان (۱۳۹۶) نشان داد بین طرحواره‌های ناسازگار اولیه و گرایش به جراحی زیبایی در زنان رابطه مثبت وجود دارد و بین تصویر بدنی و گرایش به جراحی زیبایی زنان مثبت وجود داشت. همچنین بین طرحواره‌های ناسازگار اولیه و تصویر بدنی در زنان رابطه مثبت وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که سطح بالای طرحواره خودگردانی و عملکرد مستقل با سطح بالاتر گرایش به جراحی زیبایی همراه است. عسگری خانقاه و مهربد (۱۳۹۵)، پژوهشی را با هدف بررسی مقایسه مفهوم زیبایی نزد دختران و پسران جوان ۲۰ تا ۳۰ ساله منطقه ۱۵ تهران انجام دادند. نتایج نشان داد که جوانان امروز برای زیبا شدن دست به هر عملی می‌زنند. اما راه‌های دستیابی به زیبایی در دختران و پسران متنوع است. همچنین یافته‌های آنان نشان داد ادراک مفهوم زیبایی برای دختران و پسران تنها یک مفهوم نیست بلکه زیبایی به عنوان عاملی برای کسب منزلت اجتماعی و همچنین عامل موثر در افزایش اعتمادبه‌نفس محسوب می‌شود.

واگز، جابیکنی و شان<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) پژوهشی را با هدف تفاوت‌های جنسیتی در زن و مرد در ارزیابی زیبایی انجام دادند. یافته‌های آنان نشان از تفاوت معنادار در ارزیابی زیبایی اندام بین زنان و مردان داشت و میانگین نمرات زنان در این زمینه بیشتر از مردان بود. لوی، آرلی و مازار<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) پژوهشی را با هدف تفاوت‌های جنسیتی در پردازش انگیزشی و شناختی زیبایی صورت در مردان و زنان انجام دادند. یافته‌های آنان نشان داد نمره پردازش شناختی و انگیزشی مردان از زیبایی صورت بیشتر از زنان بود. یافته‌های پژوهش لاریسا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) نشان از شکل‌گیری ادراک جذابیت و زیبایی دختران و پسران جوان بر اساس معیارهای تعیین شده توسط رسانه‌های جمعی داشت و دختران و پسران جوان برای بیشتر دیده شدن گرایش به مدهای تعیین شده توسط رسانه‌های جمعی را دارند. با وجود پژوهش‌های متعدد پیرامون مد و زیبایی، در هیچ یک به چگونگی شکل‌گیری طرحواره‌های زیبایی شناختی و مقایسه آن در دوره مختلف و در دو جنس باهم اشاره‌ای نشده است. از آنجا که این مسأله در جامعه امروز ما موجب انحرافات زیادی در بین نوجوانان و جوانان شده است پرداختن به مسأله طرحواره‌های زیبایی شناختی و چگونگی شکل‌گیری آن، می‌تواند گامی در پیشگیری از انحرافات شناختی افراد گردد. اهمیت بررسی طرحواره‌های زیبایی در این است که این طرحواره‌ها را نمی‌توان به حساب هیجانات زودگذر جوانی دانست. چون آثاری که بر جای می‌گذارد زودگذر و سطحی نیست، این طور تابع مد بودن و خود را با معیارهای زودگذر زیبایی تطبیق دادن برای جامعه می‌تواند مسأله‌های زیادی ایجاد کند که گاهی اساس نظام اعتقادی، ارزشی و فرهنگی جامعه را خدشه‌دار می‌سازد

1. Voges, Giabbiconi, Schone

2. Levy, Ariely, Mazar,

3. Larissa Vingilis-Jaremko, Daphne Maurer, Xiaoqing Gao

و در شکل وسیع‌تر نظام خانواده و جامعه را دچار انحراف می‌نماید (کوهستان بحرآسمان، محمدی و جهانبخش، ۱۳۹۸). اگر نسل جوان همین سبک زندگی را در نوع پوشش، رفتار و بعضاً گفتار خود در پیش گیرد، بیم آن می‌رود که با خیل عظیم جوانان خودباخته و مدگرا و تحت تأثیر مدل‌های ناهنجار قرار بگیریم. بنابراین پیامدهای منفی این نوع طرحواره‌های زیبایی زودگذر علاوه بر مدگرایی افراطی، اختلافات شدید بین والدین و فرزندان، شکاف نسلی، از خودبیگانگی فرهنگی و از دست دادن ارزشهای غنی فرهنگی و خانوادگی خواهد بود (بابایی فرد و روحی، ۱۳۹۷). بنابراین با توجه به اهمیت موضوع پرداختن به پژوهشی که چگونگی تغییر ملاک‌ها و معیارهای زیبایی و شکل‌گیری طرحواره‌های جدید از زیبایی را در طول زمان و دوره‌های مختلف در هر دو جنس مورد مقایسه و بررسی قرار دهد لازم و ضروری به نظر می‌رسد. لذا سوال و مسأله اصلی از انجام این پژوهش این است که بین طرحواره‌های زیبایی شناختی افراد ۲۰-۱۶ و ۶۰-۵۶ سال بر اساس سن و جنسیت چه تفاوتی وجود دارد؟

### روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش از نوع علی مقایسه‌ای و با استفاده از آزمون آماری T مستقل بود. جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه مردان و زنان ۶۰-۵۵ و پسران و دختران ۲۰-۱۶ ساله شهر تهران در سال ۱۳۹۸ به تعداد ۹۰۰۰۰ نفر بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی تعداد ۴۰۰ نفر انتخاب شدند. از آنجا که گروه ۱۶ تا ۲۰ سال شامل دانش آموزان و دانشجویان بود، بنابراین برای انتخاب نمونه به این صورت اقدام شد که ابتدا به صورت خوشه‌ای تصادفی ۲ منطقه از بین مناطق ۲۲ گانه انتخاب گردید. شامل منطقه ۲ و منطقه ۱۶. سپس از هر یک از مناطق، یک مدرسه دخترانه و یک مدرسه پسرانه به صورت تصادفی انتخاب و در آن مدارس نیز برای هر جنسیت یک کلاس به صورت تصادفی انتخاب شدند. همچنین برای دانشجویان از گروه نمونه ۱۶ تا ۲۰ سال نیز از دانشگاه‌های شهر تهران به صورت تصادفی دو دانشگاه انتخاب و در دانشگاه‌ها نیز به صورت تصادفی دو دانشکده و در نهایت دو کلاس به صورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه به تعداد اعضا توزیع گردید. برای گروه ۶۰-۵۵ ساله نیز ۳ منطقه از بین مناطق ۲۲ گانه به صورت تصادفی انتخاب گردید. شامل منطقه ۲، منطقه ۷، و منطقه ۱۶. نمونه‌ها از ادارات، نهادها، کسبه‌ها و مناطق مسکونی انتخاب شدند و پرسشنامه برای آنان جهت تحلیل آماری توزیع گردید.

پرسشنامه طرحواره‌های زیبایی‌شناسی<sup>۱</sup>: این پرسشنامه توسط بهرامی، فرخی و شریفی نیا در سال ۱۳۹۷ با ۱۲۰ سوال و ۴ بعد برای سنجش طرحواره‌های زیبایی‌شناسی مرتبط با سن و جنسیت طراحی شده است. نمره گذاری این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت ۵ تایی (کاملاً موافق، موافق، تا حدودی، مخالف، و کاملاً مخالف) ۱ تا ۵ نمره گذاری می‌باشد و هر بعد نمره جدا و مخصوص خود را دارد. ابعاد این پرسشنامه شامل: الف) سوالات کلی در مورد معیارهای زیبایی‌شناسی، شامل سوالات ۱ تا ۲۴. ب) سوالات مربوط به چهره و اعضای آن، شامل سوالات ۲۵ تا ۷۶. ج) سوالات مربوط به اندام، اعضای بدن، و قد و وزن، شامل سوالات ۷۷ تا ۹۸. د) سوالات مربوط به پوشاک و متعلقات، شامل سوالات ۹۸ تا ۱۲۰. روایی این ابزار، قبل از آزمون با استفاده از روش روایی محتوایی مشخص شده و از نظرات اساتید روان‌شناسی و سنجش و اندازه‌گیری و مشاورین و چند نفر از متخصصان روان‌شناسی صورت گرفته است. میزان پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ در پژوهش حاضر به دست آمد که این عدد بالاتر از حد استاندارد (۰/۷۰) بوده و نشان از پایایی بالای ابزار پژوهش

می‌باشد. همچنین با استفاده از مقادیر ضریب KMO، برای طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن از جمله معیارهای زیبایی، چهره و اعضای صورت، اندام و پوشاک و متعلقات به ترتیب در پژوهش حاضر میزان ۰/۸۹۹، ۰/۸۸۴، ۰/۸۸، ۰/۸۰۵ و ۰/۹۱۱ به دست آمد.

### یافته‌های پژوهش مشخصات جمعیت‌شناسی

جدول شماره ۱: اطلاعات آمار توصیفی شرکت‌کنندگان براساس مشخصات جمعیت‌شناختی

جنسیت سن	مذکر	مونث	مجموع
فراوانی	۱۰۰	۱۰۰	۲۰۰
درصد	۵۰	۵۰	۱۰۰
فراوانی	۱۰۰	۱۰۰	۲۰۰
درصد	۵۰	۵۰	۱۰۰
فراوانی	۲۰۰	۲۰۰	۴۰۰
درصد	۵۰	۵۰	۱۰۰

جدول فوق‌گویای این مطلب است که از بین ۴۰۰ نفر از شهروندان تهرانی که در این پژوهش شرکت داشتند، نیمی از آنها بین ۱۶ الی ۲۰ سال و نیمی دیگر بین ۵۵ الی ۶۰ سال سن دارند. همچنین ۵۰٪ از آنها مذکر و ۵۰٪ دیگر مونث هستند، به طوری که از بین ۲۰۰ نفر مذکر نیمی از آنها بین ۱۶ الی ۲۰ سال و نیمی دیگر بین ۵۵ الی ۶۰ سال سن دارند و این امر برای مونث‌ها نیز صادق است.

جدول شماره ۲ شاخص‌های آماری مربوط به طرحواره‌های زیبایی و ابعاد آن

متغیرهای پژوهش	سن	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	واریانس	کمترین	بیشترین
طرحواره‌های زیبایی	۱۶ الی ۲۰ سال	پسر	۳۸۵/۴۵	۴۷/۲۳۲	۲۲۳۰/۹۴	۲۸۳	۴۹۸
		دختر	۳۹۷/۸۷	۵۰/۷۸۲	۲۵۷۸/۸۷۷	۳۰۲	۵۱۳
	۵۵ الی ۶۰ سال	مرد	۳۲۶/۴۶	۳۹/۸۳۹	۱۵۸۷/۱۵۵	۲۴۵	۴۵۸
		زن	۳۵۰/۳۴	۳۹/۰۵۵	۱۵۲۵/۳۴۷	۲۲۶	۴۶۱
معیارهای کلی زیبایی	۱۶ الی ۲۰ سال	پسر	۷۷/۴۴	۱۳/۲۳۳	۱۷۵/۱۳۲	۵۱	۱۰۵
		دختر	۷۵/۵۸	۱۲/۱۰۱	۱۴۶/۴۵۴	۵۶	۱۰۴
	۵۵ الی ۶۰ سال	مرد	۶۲/۲۲	۱۰/۴۷۹	۱۰۹/۸۲	۳۸	۹۸
		زن	۶۵/۶۱	۸/۷۹۲	۷۷/۳۱۱	۴۷	۸۵
چهره و اعضای صورت	۱۶ الی ۲۰ سال	پسر	۱۵۸/۷۵	۱۹/۵۰۶	۳۸۰/۵	۱۱۳	۲۱۴
		دختر	۱۶۶/۲۵	۲۱/۴۸۲	۴۶۱/۵۰۵	۱۲۱	۲۱۲
	۵۵ الی ۶۰ سال	مرد	۱۴۱/۴۱	۱۷/۹۲۱	۳۲۱/۱۹۶	۹۲	۲۰۳
		زن	۱۴۹/۵۸	۱۸/۹۹۵	۳۶۰/۸۳۴	۸۰	۲۰۸



سال	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	تعداد
۱۶الی ۲۰ سال	پسر	۷۳/۹۹	۹/۵۰۲	۴۸
	دختر	۷۹/۸۸	۱۰/۶۲۸	۵۶
۱۵الی ۶۰ سال	مرد	۶۴/۶۱	۷/۸۳۷	۸۸
	زن	۷۰/۸۵	۸/۸۹	۴۳
۱۶الی ۲۰ سال	پسر	۷۵/۲۵	۱۰/۴۶۵	۴۸
	دختر	۷۶/۱۶	۱۱/۳۲۱	۵۳
۱۵الی ۶۰ سال	مرد	۵۸/۲۱	۸/۷۳۸	۴۱
	زن	۶۴/۲۹	۸/۶۹۱	۴۵

اندام

پوشاک و متعلقات

جدول شماره ۲ نشان می دهد که در تمامی متغیرها بیشترین میانگین مربوط به دختران بوده و کمترین میانگین مربوط به مردان می باشد. در حالی که در متغیر معیارهای زیبایی بیشترین میانگین مربوط به گروه پسران و کمترین میانگین مربوط به گروه زنان است. همچنین در تمامی متغیرهای مورد بررسی میانگین زنان بیشتر از میانگین مردان است. از سوی دیگر میانگین گروه سنی ۱۶ الی ۲۰ سال در تمامی متغیرها بیشتر از میانگین گروه سنی ۵۵ الی ۶۰ سال می باشد.

جدول شماره ۳. آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل جهت سنجش تفاوت طرحواره های زیبایی شناختی افراد ۲۰ - ۱۶ و ۶۰ - ۵۵ سال

متغیر	گروه سنی	آمار توصیفی		شرط	تست لون		آزمون T مستقل
		میانگین	انحراف معیار		آماره F	سطح معناداری	
طرحواره های زیبایی	۱۶ - ۲۰	۳۹۱/۶۶	۴۹/۳۱	برابری واریانس ها	۷/۹۶۲	۰/۰۰۵	۱۱/۷۳
	۵۵ - ۶۰	۳۳۸/۴	۴۱/۱۳	عدم برابری واریانس ها	۷/۹۶۲	۰/۰۰۵	۱۱/۷۳
معیارهای کلی زیبایی	۱۶ - ۲۰	۷۶/۵۱	۱۲/۶۸۲	برابری واریانس ها	۱۸/۸۶۷	۰/۰۰۱	۱۱/۱۱۵
	۵۵ - ۶۰	۶۳/۹۲	۹/۷۹۷	عدم برابری واریانس ها	۱۸/۸۶۷	۰/۰۰۱	۱۱/۱۱۵
چهره و اعضای صورت	۱۶ - ۲۰	۱۶۲/۵	۲۰/۸۰۸	برابری واریانس ها	۵/۱۱۴	۰/۰۲۴	۸/۵۶
	۵۵ - ۶۰	۱۴۵/۴۹	۱۸/۸۶۹	عدم برابری واریانس ها	۵/۱۱۴	۰/۰۲۴	۸/۵۶
اندام	۱۶ - ۲۰	۷۶/۹۳	۱۰/۴۷۹	برابری واریانس ها	۵/۲۱۱	۰/۰۲۳	۹/۴۵۵
	۵۵ - ۶۰	۶۷/۷۳	۸/۹۲۶	عدم برابری واریانس ها	۵/۲۱۱	۰/۰۲۳	۹/۴۵۵
پوشاک و متعلقات	۱۶ - ۲۰	۷۵/۷	۱۰/۸۸۳	برابری واریانس ها	۵/۱۶۶	۰/۰۲۴	۱۴/۳۳۸
	۵۵ - ۶۰	۶۱/۲۵	۹/۲۱۱	عدم برابری واریانس ها	۵/۱۶۶	۰/۰۲۴	۱۴/۳۳۸

جهت بررسی فرضیه اول پژوهش مبنی بر تفاوت طرحواره های زیبایی شناختی افراد ۲۰ - ۱۶ و ۶۰ - ۵۵ سال، از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل (t مستقل)<sup>۱</sup> استفاده شد. جدول شماره ۳ با استفاده از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل به بررسی تفاوت متغیرهای طرحواره های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین افراد ۲۰ - ۱۶ و ۶۰ - ۵۵ ساله شهر تهران پرداخته است. جدول شماره ۳ گویای این مطلب است که میانگین طرحواره های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین افراد با گروه سنی ۱۶ الی ۲۰ سال بیشتر از افراد با گروه سنی ۵۵ الی ۶۰ سال بوده و به عبارتی، افراد کم سن تر میانگین بیشتری در طرحواره های زیبایی شناختی و ابعاد آن نسبت به افراد مسن تر کسب

1. Independent Samples T-Test



کرده‌اند. همچنین همان‌طور که جدول فوق نشان می‌دهد، سطوح معنی‌داری در تست لون در تمامی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ هستند، بنابراین این امر گویای این مطلب است که واریانس‌ها در هر دو جامعه (افراد ۲۰ - ۱۶ و ۶۰ - ۵۵ ساله) با یکدیگر برابر نمی‌باشند و به همین جهت برای تفسیر تفاوت معنی‌داری بین گروه‌ها با آزمون T مستقل، گزارش می‌شود. همچنین به دلیل آن که سطوح معنی‌داری تمامی متغیرهای پژوهش در آزمون T مستقل کمتر از ۰/۰۵ هستند، بنابراین با سطح اطمینان ۹۵٪ بین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی افراد ۲۰ - ۱۶ و ۶۰ - ۵۵ ساله شهر تهران تفاوت وجود دارد. پس می‌توان گفت که فرضیه صفر رد و فرضیه اول پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول شماره ۴: آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل جهت سنجش تفاوت طرحواره‌های زیبایی‌شناختی مردان (پسران) و زنان (دختران)

متغیر	جنسیت	آمار توصیفی		شرط	تست لون		آزمون T مستقل	
		میانگین	انحراف معیار		آماره F	سطح معناداری	درجه آزادی	سطح معناداری
طرحواره‌های زیبایی	مردان (پسران)	۳۵۵/۹۶	۵۲/۶۶۶	برابری واریانس‌ها	۱/۷۱۵	۰/۱۹۱	-۳/۴۹۸	۳۹۸
	زنان (دختران)	۳۷۴/۱۱	۵۱/۰۸۱	عدم برابری واریانس‌ها			-۳/۴۹۸	۳۹۷/۶۲۹
معیارهای کلی زیبایی	مردان (پسران)	۶۹/۸۳	۱۴/۱۴۱	برابری واریانس‌ها	۹/۲۱۷	۰/۰۰۳	-۰/۵۹	۳۹۸
	زنان (دختران)	۷۰/۶	۱۱/۶۷۴	عدم برابری واریانس‌ها			-۰/۵۹	۳۸۴/۲۱۱
چهره و اعضای صورت	مردان (پسران)	۱۵۰/۰۸	۲۰/۶۰۵	برابری واریانس‌ها	۰/۰۵۶	۰/۸۱۳	-۳/۶۸۴	۳۹۸
	زنان (دختران)	۱۵۷/۹۱	۲۱/۸۸۴	عدم برابری واریانس‌ها			-۳/۶۸۴	۳۹۶/۵۶۷
اندام	مردان (پسران)	۶۹/۳	۹/۸۸	برابری واریانس‌ها	۰/۳۳۶	۰/۵۶۳	-۵/۸۶۸	۳۹۸
	زنان (دختران)	۷۵/۳۶	۱۰/۷۶۹	عدم برابری واریانس‌ها			-۵/۸۶۸	۳۹۵/۰۸۱
پوشاک و متعلقات	مردان (پسران)	۶۶/۷۳	۱۲/۸۶۳	برابری واریانس‌ها	۳/۳۶۹	۰/۰۶۷	-۲/۸۳۸	۳۹۸
	زنان (دختران)	۷۰/۲۲	۱۱/۶۹۳	عدم برابری واریانس‌ها			-۲/۸۳۸	۳۹۴/۴۳۱

جهت بررسی فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تفاوت طرحواره‌های زیبایی‌شناختی مردان (پسران) و زنان (دختران)، از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل (t مستقل) استفاده گردید. جدول شماره ۴ با استفاده از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل به بررسی تفاوت متغیرهای طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در بین مردان (پسران) و زنان (دختران) شهر تهران پرداخته است. جدول شماره ۴ گویای این مطلب است که میانگین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در بین مردان (پسران) کمتر از زنان (دختران) بوده و به عبارتی، زنان و یا دختران نمرات بیشتری نسبت به مردان و یا پسران کسب کرده‌اند. همچنین همان‌طور که جدول فوق نشان می‌دهد، سطوح معنی‌داری در تست لون در تمامی متغیرها به غیر از متغیر معیارهای زیبایی، بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشند، بنابراین نشان می‌دهد که واریانس‌ها در هر دو جامعه (مردان (پسران) و زنان (دختران)) به غیر از متغیر معیارهای زیبایی، با یکدیگر برابر می‌باشند و به همین جهت برای تفسیر تفاوت معنی‌داری بین گروه‌ها با آزمون T مستقل، ردیف بالا به غیر از متغیر معیارهای زیبایی گزارش می‌شود. در حالی که برای متغیر معیارهای زیبایی، واریانس‌ها در هر دو جامعه برابر نبوده و در آزمون T مستقل، ردیف پائین

گزارش می‌گردد. همچنین به دلیل آن که سطوح معنی داری تمامی متغیرهای پژوهش به غیر از متغیر معیارهای زیبایی، در آزمون T مستقل کمتر از ۰/۰۵ هستند، بنابراین با سطح اطمینان ۹۵٪ بین متغیر معیارهای زیبایی در مردان (پسران) و زنان (دختران) تفاوت وجود ندارد، در حالی که بین طرحواره‌های زیبایی شناختی مردان (پسران) و زنان (دختران) تفاوت وجود دارد. پس می‌توان گفت که فرضیه صفر رد و فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول شماره ۵: آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل جهت سنجش طرحواره‌های زیبایی شناختی مردان و زنان ۶۰ - ۵۵ ساله

متغیر	جنسیت	آمار توصیفی		شرط	تست لون		آزمون T مستقل		
		میانگین	انحراف معیار		آماره F	سطح معناداری	آماره T	درجه آزادی	سطح معناداری
طرحواره‌های زیبایی	مرد	۳۲۶/۴۶	۳۹/۸۳۹	برابری واریانس‌ها	۰/۰۰۱	۰/۹۹۵	-۴/۲۸۱	۱۹۸	۰/۰۰۱
	زن	۳۵۰/۳۴	۳۹/۰۵۵	عدم برابری واریانس‌ها	۰/۰۰۱	۰/۹۹۵	-۴/۲۸۱	۱۹۷/۹۲۲	۰/۰۰۱
معیارهای زیبایی	مرد	۶۲/۲۲	۱۰/۴۷۹	برابری واریانس‌ها	۰/۴۳	۰/۵۱۳	-۲/۴۸	۱۹۸	۰/۰۱۴
	زن	۶۵/۶۱	۸/۷۹۲	عدم برابری واریانس‌ها	۰/۴۳	۰/۵۱۳	-۲/۴۸	۱۹۲/۱۹۹	۰/۰۱۴
چهره و اعضای صورت	مرد	۱۴۱/۴۱	۱۷/۹۲۱	برابری واریانس‌ها	۰/۵۳۶	۰/۴۶۵	-۶/۱۲۶	۱۹۸	۰/۰۰۲
	زن	۱۴۹/۵۸	۱۸/۹۹۵	عدم برابری واریانس‌ها	۰/۵۳۶	۰/۴۶۵	-۳/۱۲۶	۱۹۷/۳۳۳	۰/۰۰۲
اندام	مرد	۶۴/۶۱	۷/۸۳۷	برابری واریانس‌ها	۰/۷۹۶	۰/۳۷۳	-۵/۲۷	۱۹۸	۰/۰۰۱
	زن	۷۰/۸۵	۸/۸۹	عدم برابری واریانس‌ها	۰/۷۹۶	۰/۳۷۳	-۵/۲۷	۱۹۴/۹۳۴	۰/۰۰۱
پوشاک و متعلقات	مرد	۵۸/۲۱	۸/۷۳۸	برابری واریانس‌ها	۰/۰۶۶	۰/۷۹۸	-۴/۹۳۱	۱۹۸	۰/۰۰۱
	زن	۶۴/۲۹	۸/۶۹۱	عدم برابری واریانس‌ها	۰/۰۶۶	۰/۷۹۸	-۴/۹۳۱	۱۹۷/۹۹۴	۰/۰۰۱

جهت بررسی فرضیه سوم پژوهش مبنی بر تفاوت طرحواره‌های زیبایی شناختی مردان و زنان ۶۰ - ۵۵ ساله، از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل (t مستقل) استفاده شد. جدول شماره ۵ با استفاده از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل به بررسی تفاوت متغیرهای طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین مردان و زنان شهر تهران پرداخته است. جدول شماره ۵ گویای این مطلب است که میانگین طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین زنان بیشتر از مردان می‌باشد، به طوری که زنان در زمینه طرحواره‌های زیبایی شناختی نمرات بیشتری نسبت به مردان کسب کرده‌اند. همچنین همان طور که جدول فوق نشان می‌دهد، سطوح معنی داری در تست لون در تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشند، بنابراین می‌توان گفت که واریانس‌ها در هر دو جامعه (زنان و مردان) با یکدیگر برابر می‌باشند و به همین جهت برای تفسیر تفاوت معنی داری بین گروه‌ها با آزمون T مستقل، ردیف بالا گزارش می‌شود. همچنین به دلیل آن که سطوح معنی داری تمامی متغیرها در آزمون T مستقل کمتر از ۰/۰۵ هستند، بنابراین با سطح اطمینان ۹۵٪ بین طرحواره‌های زیبایی شناختی مردان و زنان تفاوت وجود دارد. پس می‌توان گفت که فرضیه صفر رد و فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول شماره ۶: آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل  
جهت سنجش تفاوت طرحواره‌های زیبایی شناختی پسران و دختران ۲۰ - ۱۶ سال

متغیر	جنسیت	آمار توصیفی		شرط	تست لون		آزمون T مستقل	
		میانگین	انحراف معیار		آماره F	سطح معناداری	آماره T	درجه آزادی
طرحواره های زیبایی	پسر	۳۸۵/۴۵	۴۷/۲۳۲	برابری واریانس ها	۰/۸۶۸	۰/۳۵۳	۱۹۸	۰/۰۷۵
	دختر	۳۹۷/۸۷	۵۰/۷۸۲	عدم برابری واریانس ها	۰/۱۷۹	۰/۳۵۳	۱۹۶/۹۶۹	۰/۰۷۵
معیارهای زیبایی	پسر	۷۷/۴۴	۱۳/۲۳۳	برابری واریانس ها	۰/۷۷۳	۰/۳۸	۱۹۸	۰/۳
	دختر	۷۵/۵۸	۱۲/۱۰۱	عدم برابری واریانس ها	۰/۳۹	۰/۷۷۳	۱۹۶/۴۳۸	۰/۳
چهره و اعضای صورت	پسر	۱۵۸/۷۵	۱۹/۵۰۶	برابری واریانس ها	۱/۲۱۷	۰/۲۷۱	۱۹۸	۰/۰۱
	دختر	۱۶۶/۲۵	۲۱/۴۸۲	عدم برابری واریانس ها	۱/۲۱۷	۰/۲۷۱	۱۹۶/۱۸۴	۰/۰۱
اندام	پسر	۷۳/۹۹	۹/۵۰۲	برابری واریانس ها	۱/۹۲۴	۰/۱۶۷	۱۹۸	۰/۰۰۱
	دختر	۷۹/۸۸	۱۰/۶۲۸	عدم برابری واریانس ها	۱/۹۲۴	۰/۱۶۷	۱۹۵/۵۶۸	۰/۰۰۱
پوشاک و متعلقات	پسر	۷۵/۲۵	۱۰/۴۶۵	برابری واریانس ها	۰/۲۴	۰/۶۲۵	۱۹۸	۰/۵۶
	دختر	۷۶/۱۶	۱۱/۳۲۱	عدم برابری واریانس ها	۰/۲۴	۰/۶۲۵	۱۹۶/۷۸۹	۰/۵۶

جهت بررسی فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر تفاوت طرحواره‌های زیبایی شناختی پسران و دختران ۲۰ - ۱۶ سال، از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل (t مستقل) استفاده شد. جدول شماره ۶ با استفاده از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل به بررسی تفاوت متغیرهای طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین پسران و دختران شهر تهران بررسی پرداخته است. جدول شماره ۶ گویای این مطلب است که میانگین طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن به غیر از بعد معیارهای زیبایی در بین دختران بیشتر از پسران می باشد، در حالی که پسران در زمینه معیارهای زیبایی میانگین بیشتری نسبت به دختران کسب کردند. بنابراین با سطح اطمینان ۰/۰۵٪ بین ابعاد چهره و اعضای صورت و نیز اندام در پسران و دختران تفاوت وجود دارد، در حالی که بین طرحواره‌های زیبایی شناختی پسران و دختران تفاوت وجود ندارد. پس می توان گفت که فرضیه صفر تائید و فرضیه چهارم پژوهش رد می گردد.

جدول شماره ۷: آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل  
جهت سنجش تفاوت طرحواره‌های زیبایی دختران ۱۶-۲۰ ساله با زنان ۵۵-۶۰ ساله

متغیر	گروه سنی	آمار توصیفی		شرط	تست لون		آزمون T مستقل	
		میانگین	انحراف معیار		آماره F	سطح معناداری	آماره T	درجه آزادی
طرحواره های زیبایی	دختران	۳۹۷/۸۷	۵۰/۷۸۲	برابری واریانس ها	۱۰/۰۲۸	۰/۰۰۲	۱۹۸	۰/۰۰۱
	زنان	۳۵۰/۳۴	۳۹/۰۵۵	عدم برابری واریانس ها	۱۰/۰۲۸	۰/۰۰۲	۱۸۵/۷۶	۰/۰۰۱
معیارهای زیبایی	دختران	۷۵/۵۸	۱۲/۱۰۱	برابری واریانس ها	۱۱/۲۳	۰/۰۰۱	۱۹۸	۰/۰۰۱
	زنان	۶۵/۶۱	۸/۷۹۲	عدم برابری واریانس ها	۱۱/۲۳	۰/۰۰۱	۱۸۰/۷۴۲	۰/۰۰۱
چهره و اعضای صورت	دختران	۱۶۶/۲۵	۲۱/۴۸۲	برابری واریانس ها	۴/۵۰۲	۰/۰۳۵	۱۹۸	۰/۰۰۱
	زنان	۱۴۹/۵۸	۱۸/۹۹۵	عدم برابری واریانس ها	۴/۵۰۲	۰/۰۳۵	۱۹۵/۰۷۶	۰/۰۰۱

دختران	۷۹/۸۸	۱۰/۶۲۸	برابری واریانس ها	۶/۷۶۹	۰/۰۱	۶/۵۱۱	۱۹۸	۰/۰۰۱
اندام	زنان	۷۰/۸۵	۸/۸۹	عدم برابری واریانس ها	۰/۰۱	۶/۵۱۱	۱۹۲/۰۰۵	۰/۰۰۱
دختران	۷۶/۱۶	۱۱/۳۲۱	برابری واریانس ها	۴/۹۳۶	۰/۰۲۷	۸/۳۱۵	۱۹۸	۰/۰۰۱
پوشاک و متعلقات	زنان	۶۴/۲۹	۸/۶۹۱	عدم برابری واریانس ها	۰/۰۲۷	۸/۳۱۵	۱۸۵/۶۰۹	۰/۰۰۱

جهت بررسی فرضیه پنجم پژوهش مبنی بر تفاوت طرحواره‌های زیبایی دختران ۲۰-۱۶ سال با زنان ۶۰-۵۵ سال، از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل (t مستقل) استفاده شد. جدول شماره ۷ با استفاده از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل به بررسی تفاوت متغیرهای طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین دختران و زنان شهر تهران پرداخته است. جدول شماره ۷ گویای این مطلب است که میانگین طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین دختران بیشتر از زنان می باشد، به طوری که زنان ۵۵ الی ۶۰ ساله در زمینه طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن نمرات کمتری نسبت به دختران ۱۶ الی ۲۰ سال کسب کرده اند. همچنین همان طور که جدول فوق نشان می دهد، سطوح معنی داری در تست لون در تمامی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ می باشند، بنابراین این امر گویای این مطلب است که واریانس ها در هر دو جامعه (دختران و زنان) با یکدیگر برابر نمی باشند و به همین جهت برای تفسیر تفاوت معنی داری بین گروه ها با آزمون T مستقل، ردیف پائین گزارش می شود. همچنین به دلیل آن که سطوح معنی داری طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در آزمون T مستقل کمتر از ۰/۰۵ هستند، بنابراین با سطح اطمینان ۰/۰۵ بین طرحواره‌های زیبایی دختران ۲۰-۱۶ ساله با زنان ۶۰-۵۵ ساله تفاوت وجود دارد. پس می توان گفت که فرضیه صفر رد و فرضیه پنجم پژوهش تأیید می گردد.

جدول شماره ۸: آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل جهت سنجش تفاوت طرحواره‌های زیبایی پسران ۱۶-۲۰ ساله با مردان ۵۵-۶۰ ساله

متغیر	گروه سنی	آمار توصیفی		شرط	تست لون		آزمون T مستقل	
		میانگین	انحراف معیار		آماره F	سطح معناداری	آماره T	درجه آزادی
طرحواره های زیبایی	پسران	۳۸۵/۴۵	۴۷/۲۳۲	برابری واریانس ها	۴/۷۹۷	۰/۰۳	۹/۵۴۷	۱۹۸
	مردان	۳۲۶/۴۶	۳۹/۸۳۹					
معیارهای زیبایی	پسران	۷۷/۴۴	۱۳/۲۳۳	برابری واریانس ها	۹/۳۳۶	۰/۰۰۳	۹/۰۱۸	۱۹۸
	مردان	۶۲/۲۲	۱۰/۴۷۹					
چهره و اعضای صورت	پسران	۱۵۸/۷۵	۱۹/۵۰۶	برابری واریانس ها	۳/۶۲۲	۰/۰۵۸	۶/۵۴۵	۱۹۸
	مردان	۱۴۱/۴۱	۱۷/۹۲۱					
اندام	پسران	۷۳/۹۹	۹/۵۰۲	برابری واریانس ها	۵/۲۶۴	۰/۰۲۳	۷/۶۲	۱۹۸
	مردان	۶۴/۶۱	۷/۸۳۷					
پوشاک و متعلقات	پسران	۷۵/۲۵	۱۰/۴۶۵	برابری واریانس ها	۴/۰۷۴	۰/۰۴۵	۱۲/۵۰۱	۱۹۸
	مردان	۵۸/۲۱	۸/۷۳۸					

جهت بررسی فرضیه ششم پژوهش مبنی بر تفاوت طرحواره‌های زیبایی پسران ۲۰-۱۶ سال با مردان ۶۰-۵۵ سال، از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل (t مستقل) استفاده شد. جدول شماره ۸ با استفاده از آزمون تفاوت میانگین بین دو گروه مستقل به بررسی تفاوت متغیرهای طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین پسران و مردان شهر تهران پرداخته است. جدول شماره ۸ گویای

این مطلب است که میانگین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در بین پسران بیشتر از مردان می‌باشد، به طوری که مردان ۵۵ الی ۶۰ ساله در زمینه طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن نمرات کمتری نسبت به پسران ۱۶ الی ۲۰ سال کسب کرده‌اند. همچنین همان‌طور که جدول فوق نشان می‌دهد، سطوح معنی‌داری در تست لون در تمامی متغیرها به غیر از متغیر چهره و اعضای صورت، کمتر از ۰/۰۵ می‌باشند، بنابراین این امر نشان‌دهنده آن است که واریانس‌ها در هر دو جامعه (پسران و مردان) به غیر از متغیر چهره و اعضای صورت، با یکدیگر برابر نمی‌باشند و به همین جهت برای تفسیر تفاوت معنی‌داری بین گروه‌ها با آزمون T مستقل، ردیف پائین گزارش می‌شود. در حالی که برای متغیر چهره و اعضای صورت، جهت تفسیر تفاوت معنی‌داری بین گروه‌ها با آزمون T مستقل از ردیف بالا استفاده می‌شود. همچنین به دلیل آن که سطوح معنی‌داری طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در آزمون T مستقل کمتر از ۰/۰۵ هستند، بنابراین با سطح اطمینان ۹۵٪ بین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی پسران ۱۶-۲۰ ساله با مردان ۵۵-۶۰ ساله تفاوت وجود دارد. پس می‌توان گفت که فرضیه صفر رد و فرضیه ششم پژوهش تأیید می‌گردد.

### بحث و نتیجه‌گیری

با نظر به فرضیه اول پژوهش که به بررسی تفاوت بین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی افراد ۱۶ - ۲۰ و ۶۰ - ۵۵ ساله شهر تهران می‌پردازد، می‌توان گفت که بین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی افراد ۱۶ - ۲۰ و ۶۰ - ۵۵ ساله شهر تهران تفاوت معناداری وجود دارد ( $P < 0/05$ ). به طوری که میانگین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در بین افراد با گروه سنی ۱۶ الی ۲۰ سال بیشتر از افراد با گروه سنی ۵۵ الی ۶۰ سال بوده است. در نتیجه افراد کم‌سن‌تر میانگین بیشتری در طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن نسبت به افراد مسن‌تر کسب کرده‌اند. یافته این فرضیه با پژوهش‌های عسگری خانقاه و همکاران (۱۳۹۵) و لاریسا و همکاران (۲۰۱۷) هماهنگ و همسو بود.

در تبیین این فرضیه می‌توان چنین گفت که در سنین نوجوانی نوجوانان تمایل دارند کانون توجه دیگران واقع شوند و میل به دیده شده در آنها شدت می‌یابد. به همین دلیل برای دیده شدن و جلب توجه و گاه برای اجتناب از طرد شدن در گروه همسالان دست به هر کاری می‌زنند. نوجوانان به علت داشتن ویژگی‌هایی همچون نوجویی، هیجان‌خواهی، میل به محبوبیت، ارضای نیازهای روانی، ایجاد حس پیشرفت و غرور و آزادی عمل به سمت مدهای مورد پسند خود و گروه همسالان می‌روند که از دید والدین آنها مورد تأیید نیست و همین امر مسبب تعارضات و اختلافات بین نوجوانان و والدینشان می‌گردد. در این زمینه بیشترین تأثیر را شبکه‌های اجتماعی بر نسل جوان امروز به خصوص متولدین دهه ۸۰ به بعد گذاشته است. این دهه از زمانی که پا بر عرصه هستی نهاده‌اند دنیا را به صورت رایانه‌ای دیده‌اند و به همین جهت است که این گروه را نسل شبکه‌ای نامگذاری کرده‌اند. این نسل است. پس ضروری است نگاه ما به این نسل نگاه جدی و حساس باشد.

با نظر به فرضیه دوم پژوهش که به بررسی تفاوت بین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی مردان (پسران) و زنان (دختران) می‌پردازد، می‌توان گفت که بین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی مردان (پسران) و زنان (دختران) تفاوت وجود دارد ( $P < 0/05$ ). به طوری که میانگین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در بین مردان (پسران) کمتر از زنان (دختران) است. در نتیجه زنان و یا دختران نمرات بیشتری نسبت به مردان و یا پسران کسب کرده‌اند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های نیکنام و خودی (۱۳۹۸)، واگز و همکاران (۲۰۲۰) و لوی و همکاران (۲۰۱۹) هماهنگ و همسو بود.

در تبیین نتیجه این فرضیه می‌توان گفت که زنان یا دختران اصولاً به دلیل اهمیت زیاد در خصوص مسائل احساسی نسبت به آقایان و این که در مقایسه با آقایان موجوداتی ظریف‌تری هستند، سطح علاقه به مسائل زیبایی شناختی در بین آنان به مراتب بیشتر از مردان و یا پسران است. در حقیقت برای زنان و یا دختران، ملاک‌های زیبا بودن یک ارزش اجتماعی و فرهنگی محسوب می‌شود و چون زیبا بودن و علاقه به زیبایی در زندگی و دنیای مطلوب آنان قرار دارد و به شکلی بخشی از هویت آنان را شامل می‌شود، بنابراین نسبت به مردان به زیبایی بیشتر اهمیت داده و نمرات بیشتری را در این نیز در این خصوص کسب می‌کنند. از سوی دیگر به دلیل آن که زیبایی چهره، اندام و پوشش یک مزیت در روابط اجتماعی در جامعه امروزی محسوب می‌شود، بنابراین زنان و دختران از این مزیت با توجه به ماهیت خود استفاده می‌کنند تا سطح اعتماد به نفس و جایگاه خود را در اجتماع ارتقاء دهند تا بتوانند همپای مردان در اجتماع حرکت کنند. زنان اعتماد به نفس را بیشتر در زیبایی می‌بینند. برای همین است که زنان بیشتر از مردان به جای تقویت قدرت و توانمندی به دنبال انواع جراحی‌های زیبایی هستند. در حالی که مردان کمتر به زیبایی چهره اهمیت می‌دهند و بیشتر در باشگاه‌های ورزشی باید سراغ آنها را گرفت. علاوه بر این تفاوت‌های روانشناختی، بر اساس نظریه تکامل، میل به زیبا شدن در زنان بیشتر از مردان است و زنان دوست دارند زیباتر باشند.

با نظر به فرضیه سوم پژوهش که به بررسی تفاوت بین طرحواره‌های زیبایی شناختی مردان و زنان ۶۰ - ۵۵ ساله می‌پردازد، می‌توان نتیجه گرفت که بین طرحواره‌های زیبایی شناختی مردان و زنان ۶۰ - ۵۵ ساله تفاوت وجود دارد ( $P < 0.05$ ). به طوری که میانگین طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن در بین زنان بیشتر از مردان می‌باشد و زنان در زمینه طرحواره‌های زیبایی شناختی نمرات بیشتری نسبت به مردان کسب کرده‌اند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های نیکنام و خودی (۱۳۹۸)، واگز و همکاران (۲۰۲۰) و لوی و همکاران (۲۰۱۹) هماهنگ و همسو بود.

در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان گفت که حتی در سنین بالا نیز از حیث مسائل زیبایی شناسی در بین مردان و زنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در حقیقت می‌توان گفت که اکثر مردان و زنان در طول دوران زندگی خود دیدگاهی کاملاً متفاوت نسبت به طرحواره‌های زیبایی شناختی دارند و این دیدگاه به مرور زمان تغییر چندانی نمی‌کند و این تفاوت همچنان معنادار و قابل درک است. زیبایی ظاهری زنان حتی در دوران میانسالی اثرات زیادی در روابط بین فردی و تأثیر بر اطرافیان خواهد داشت. به طور مثال زنی که وزن کم می‌کند، از سوی زنان دیگر مورد تشویق و تحسین قرار می‌گیرد و این مورد توجه قرار گرفتن از سوی دیگران، علاوه بر تقویت اعتماد به نفس و احساس خودارزشمندی در زن، زمینه‌ساز یک زندگی رضایت‌بخش را فراهم می‌نماید. با این وجود تبلیغات، قضاوت دیگران و فرهنگ نقش مهمی را در تفاوت دیدگاه‌ها بین زن و مرد ایفا می‌کنند.

با نظر به فرضیه چهارم پژوهش که به بررسی تفاوت بین طرحواره‌های زیبایی شناختی پسران و دختران ۲۰ - ۱۶ ساله می‌پردازد، می‌توان گفت که بین طرحواره‌های زیبایی شناختی پسران و دختران ۲۰ - ۱۶ ساله تفاوت وجود ندارد ( $P < 0.05$ ). به طوری که میانگین طرحواره‌های زیبایی شناختی و ابعاد آن به غیر از بعد معیارهای زیبایی در بین دختران بیشتر از پسران می‌باشد، در حالی که پسران در زمینه معیارهای زیبایی میانگین بیشتری نسبت به دختران کسب کردند. می‌توان این گونه نتیجه‌گیری کرد که در حالت کلی دختران و پسران از حیث طرحواره‌های زیبایی شناختی با یکدیگر اختلاف نظر چندانی ندارند و تنها اختلاف نظر آنها در خصوص ابعاد چهره و اعضای صورت و نیز اندام می‌باشد. در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان گفت امروزه مدگرایی جوانان در هر دو جنس مشاهده می‌شود.

گرایش به مدگرایی برای زیبا جلوه دادن خود و جلب توجه از ویژگی‌های نسل جوان است. از لحاظ روانشناختی مدگرایی و میل به زیبا دیده شدن با نوعی خودنمایی و نیاز به جلب توجه دیگران به خود در ارتباط است که جوانان امروزی اعم از دختر و پسر برای زیبا جلوه دادن خود به مدگرایی روی می‌آورند. گروه‌های مرجع به‌عنوان ابزاری عمومی برای دختران و پسران، جوانان را در تصمیم‌گیری‌های مشترک یاری می‌کنند. بسیاری از لباس‌هایی که جوانان می‌پوشند و بسیاری از معیارهای زیبایی در دنیای امروز الگو گرفته از ظاهر خوانندگان، بازیگران و ورزشکاران است و در این راستا نقش شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌ها در ترویج ملاک‌های زیبایی قابل توجه است. رسانه‌ها هر روز تصویر چهره‌های زیادی از افراد با نژادهای مختلف را به صورت یکسان برای دختران و پسران نوجوان و جوان ارائه می‌دهند و باعث شکل‌گیری طرحواره‌های نسبتاً واحدی در هر دو جنس می‌شوند.

با نظر به فرضیه پنجم پژوهش که به بررسی تفاوت بین طرحواره‌های زیبایی دختران ۲۰-۱۶ ساله با زنان ۶۰-۵۵ ساله می‌پردازد، می‌توان گفت که بین طرحواره‌های زیبایی دختران ۲۰-۱۶ ساله با زنان ۶۰-۵۵ ساله تفاوت وجود دارد ( $P < 0.05$ ). به طوری که میانگین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در بین دختران بیشتر از زنان می‌باشد. در نتیجه زنان ۵۵ الی ۶۰ ساله در زمینه طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن نمرات کمتری نسبت به دختران ۱۶ الی ۲۰ سال کسب کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش‌های قربانی و کرفه (۱۳۹۸)، عسگری خانقاه و همکاران (۱۳۹۵) و لاریسا و همکاران (۲۰۱۷) هماهنگ و همسو بود.

می‌توان نتایج این فرضیه را این‌گونه تبیین کرد که به دلیل تبلیغات گسترده و گسترش شبکه‌های اجتماعی و اینترنت و دسترسی بیشتر نسل امروز به دنیای ارتباطات، دختران نوجوان علاوه بر ویژگی‌های دوران نوجوانی و میل به دیده شدن نسبت به زنان میانسال بیشتر در تلاش برای رسیدن به معیارهای زیبایی تعریف شده در دنیای مد هستند. همه صنعت‌های مد و زیبایی، دختران نوجوان و جوان را مدنظر خویش قرار می‌دهند. به طور مثال در مدل ساختگی کلیشه جنسیتی برای تعریف زیبایی اندام زنانه توسط مانکن‌هایی تعریف می‌شود که وزن آنها ۲۰ درصد کمتر از وزن معمولی متناسب با قد آنهاست. در حالی که برای زنان میانسال نسبت به دختران چنین حساسیتی وجود ندارد. علاوه بر این دسترسی و میل زنان میانسال هم به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مدگرایی نسبت به دختران نوجوان و جوان کمتر است. با نظر به فرضیه ششم پژوهش که به بررسی تفاوت بین طرحواره‌های زیبایی پسران ۲۰-۱۶ ساله با مردان ۶۰-۵۵ ساله می‌پردازد، می‌توان گفت که بین پسران ۲۰-۱۶ ساله با مردان ۶۰-۵۵ ساله تفاوت وجود دارد ( $P < 0.05$ ). در نتیجه میانگین طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن در بین پسران بیشتر از مردان می‌باشد، به عبارتی، مردان ۵۵ الی ۶۰ ساله در زمینه طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و ابعاد آن نمرات کمتری نسبت به پسران ۱۶ الی ۲۰ سال کسب کرده‌اند. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش لاریسا و همکاران (۲۰۱۷) همسو و هماهنگ بود.

در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان گفت در بین گروه مذکر نیز مانند گروه دختران و زنان بین دوره‌های مختلف تفاوت معنی‌داری به لحاظ معیارها و طرحواره‌های زیبایی‌شناسی وجود دارد. همانطور که برای دختران نوجوان نسل امروز امکانات ارتباطی فراهم است برای پسران نیز به همین منوال می‌باشد و باعث تفاوت در طرحواره‌های پسران نوجوان و جوان با دهه‌های قبل از خود به خصوص افراد میانسال می‌شود. امروزه معیارهای زیبایی و الگوهای مدگرایی همگی بر اساس ویژگی‌های کالبدی اروپای غربی و آمریکای شمالی تعریف می‌شوند. فرهنگ جهانی یک الگوی زیبایی را برای همه جهان مطلق می‌سازد و تحت تأثیر رسانه‌ها، فیلم‌ها و تبلیغات گریزی از آنچه که به عنوان مد و زیبایی تعریف



می‌شود وجود ندارد. به بیان دیگر همه باید بر اساس یک الگو رفتار کنند و فرقی هم نمی‌کند که یک شرقی باشد و یا یک سیاه پوست یا یک سرخ پوست.

به طور کلی می‌توان چنین نتیجه گرفت که طرحواره‌های افراد ۱۶ تا ۲۰ سال در هر دو جنس با طرحواره‌های زیبایی‌شناسی افراد ۵۵ تا ۶۰ سال تفاوت معناداری دارد و میانگین نمرات طرحواره‌های زیبایی‌شناسی افراد ۱۶ تا ۲۰ سال بیشتر از افراد ۵۵ تا ۶۰ سال است. در ارتباط با جنسیت نیز میانگین طرحواره‌های زیبایی‌شناسی زنان بیشتر از مردان بود و بین طرحواره‌های زیبایی‌شناسی آنان تفاوت معناداری وجود داشت. اما بین طرحواره‌های زیبایی‌شناسی دختران و پسران ۱۶ تا ۲۰ سال تفاوت چندانی مشاهده نشد. دلیل تفاوت طرحواره‌های زیبایی‌شناسی افراد نوجوان و جوان با افراد میانسال را می‌توان در ویژگی‌های دوران نوجوانی و جوانی و میل به دیده شدن و نیز دسترسی بیشتر این افراد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دانست. از طرفی رسانه‌های جمعی نیز در تبلیغات مد و زیبایی بیشتر این گروه سنی را هدف قرار می‌دهند. در ارتباط با تفاوت طرحواره‌های زیبایی‌شناسی در دو جنس نیز می‌توان گفت دختران و زنان علاوه بر اینکه از دیدگاه تکاملی به زیبایی‌گرایی دارند، زیبایی را بخشی از هویت اصلی خود به عنوان زن دانسته و برای حس ارزشمندی و جایگاه و منزلت فردی و اجتماعی و تقویت اعتماد به نفس به زیبایی اهمیت خاصی می‌دهند اما برای مردان مسائل دیگری همچون حس قدرت و داشتن درآمد بیشتر در اولویت است.

به تمامی مسئولین امر در حوزه مسائل روان‌شناختی و نیز دست‌اندرکاران مربوطه در امور فرهنگی پیشنهاد می‌شود که با برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های علمی و تشکیل سمینارهایی در خصوص طرحواره‌های زیبایی‌شناختی برای عموم مردم میزان درک و آگاهی اقشار مختلف جامعه و به خصوص نوجوانان و جوانان را نسبت به مسائل زیباشناسی افزایش دهند تا مبادا چنین امری منجر به انحراف آنان از هدف و رسالت زندگی شود که این امر می‌تواند صدمات جبران‌ناپذیری به پیکره جامعه و خانواده وارد کند. پیشنهاد می‌شود که با اجرای کلاس‌های آموزشی پیش از ازدواج برای زوجین و بیان تفاوت‌های موجود در بین مردان و زنان از حیث مسائل مد و زیبایی‌شناختی، از تعارضات زناشویی در این امر جلوگیری نمایند تا سطح کیفی زندگی زناشویی ارتقاء یابد و برای ارتقای سطح کیفی زندگی خود توجه بیشتری به مسائل مد و زیباشناختی نموده و همواره احساس جوانی و نشاط را در وجود خویش شکوفا سازند تا بتوانند زندگی پربارتر و با کیفیت تری از هر لحاظ داشته باشند. همچنین پیشنهاد می‌شود که والدین با دوری از سرزنش فرزندان خود در زمینه طرحواره‌های زیبایی‌شناختی و درک نمودنشان به جهت اقتضای سنی آنها، سعی نمایند که علاوه بر الگوسازی سالم و اجتناب از اجبار و روز در این خصوص، نیاز آنان به افزایش اعتماد به نفس و جایگاه اجتماعی را از طروق مختلفی مانند ارتباط موثر با سازنده با آنها در محیط‌های اجتماعی و ترغیب نمودن آنها به فعالیت‌های سازنده مانند ورزش و تفریحات سالم، افزایش دهند. والدین باید تفاوت بین دیدگاه و نظراتشان در خصوص مسائل زیبایی‌شناختی را با فرزندان پذیرفته و به جای مقابله با چنین اختلاف سلیقه‌ای که برگرفته از تفاوت نسل می‌باشد، سعی نمایند که تا حدود زیادی خود را با فرزندان همسو نموده و به جای سرزنش‌های بیهوده، انتخاب صحیح را به عهده دختران خود گذاشته و با ایجاد اعتمادسازی نسبت به دختران خود از حیث آن که توانایی تشخیص درست از غلط را دارند، مسئولیت‌پذیری آنان را در این زمینه افزایش دهند. جامعه نیز سعی نماید زمینه‌ساز فرهنگی مناسبی برای نوجوانان و جوانان در حیطه زیبایی و مد گردد. مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر کمبود منابع علمی در رابطه با طرحواره‌های زیبایی‌شناسی و عدم همکاری بعضی از نهادها و ارگانها در اجرای هر چه بهتر پژوهش بود.

## منابع

- آزادگان، رحمانه. (۱۳۹۶). بررسی رابطه طرحواره‌های ناسازگار اولیه و تصویر بدنی با گرایش به جراحی زیبایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه روان‌شناسی، دانشگاه تهران.
- احمدی، فاطمه؛ نصراللهی، بیتا. (۱۳۹۸). پیش‌بینی طرحواره معیارهای سرسختانه/عیبجویی افراطی بر اساس باورهای غیرمنطقی والدین و الگوهای ارتباطی والد-فرزند. فصلنامه علمی پژوهشی روان‌شناسی کاربردی، ۱۲، (۴)، ۵۹۵-۶۱۶.
- بابایی فرد، اسداله؛ روحی، مریم. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر سبک زندگی بر شکاف نسلی در بین جوانان شهر کاشان. فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، ۱۱، (۳۰)، ۳۱-۶۵.
- توسلی، فاطمه؛ سماواتی، فاطمه؛ فتحعلی زاده، معصومه. (۱۳۹۷). عوامل جامعه‌شناختی تأثیرگذار بر استفاده از برند در میان زنان مراجعه‌کننده به مراکز خرید شهر تهران. فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۸، (۲)، ۲۷۶-۲۵۹.
- حسینی، هاجر؛ احمدی، لیلا. (۱۳۹۷). دانشجو، رسانه و مدگرایی بررسی نقش رسانه‌های جمعی داخلی و خارجی در مدگرایی دانشجویان دانشگاه‌های شهر دیواندره. ششمین همایش سراسری آسیب‌های پنهان زیست‌دانشجویی.
- داعی، صفر. (۱۳۹۵). چگونه می‌توان به حس زیبایی‌شناسی کودکان کمک کرد؟، نشریه روان‌شناسی، ۱۵، (۳)، ۷۵-۹۵.
- دیباچی، سید محمدعلی؛ رجبی، هانیه السادات. (۱۳۹۷). رابطه تجربه زیبایی‌شناختی با تجربه دینی به روایت آلفرد مارتین و شلایرماخر. پژوهش‌های علم و دین، ۸، (۲)، ۴۵-۶۵-۴۵.
- شاکر، عبدالحمید. (۲۰۱۵). التفصیل الجمالی (دراسة سیکولوجیه الذوق الفنی)، کویت، علم‌المعرفت. ضابطی، عطیه السادات؛ جعفری، صدیقه. (۱۳۹۸). الگوی ساختاری سبک‌های والدگری، خودشیفتگی طرحواره‌های ناسازگار اولیه و نوجوانان، فصلنامه علمی پژوهشی روان‌شناسی کاربردی، ۱۲، (۲)، ۲۸۵-۳۰۲.
- عسکری خانقاه، اصغر. مهربد، طاهره. (۱۳۹۵). بررسی انسان‌شناختی مفهوم زیبایی‌صورت، مطالعه موردی جوانان ۳۰-۲۰ ساله منطقه ۱۵ تهران. پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران، ۳، (۱)، ۱۲۵-۱۰۹.
- قبادی زاده، شبروز؛ یوسفی، ناصر؛ قادری، فرزاد. (۱۳۹۸). نقش طرحواره‌های ناسازگار اولیه، سبک‌های مقابله‌ای و نظم‌جویی‌شناختی هیجان در پیش‌بینی گرایش به اعتیاد دانش‌آموزان. فصلنامه روان‌شناسی مدرسه، ۷، (۴)، ۱۲۱-۱۴۲.
- کالین، لیت. (۲۰۱۰). تجربه زیبایی‌شناختی. ترجمه فرزانه علیا، (۱۳۹۷)، فصلنامه خیال، ۱۰، ۷، ۱۱۰-۱۲۵.
- کوهستان بحرآسمان، فاطمه؛ محمدی، اصغر؛ جهانبخش، اسماعیل. (۱۳۹۸). بررسی ارتباط بین مدگرایی و هویت اجتماعی در بین دختران جوان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر کرمان. فصلنامه زن و جامعه، ۱۰، (۳)، ۲۳۸-۲۱۵.
- نیکنام، ماندانا؛ خودی، زهرا؛ خودی، مرجان. (۱۳۹۷). بررسی رابطه تصویر بدنی و خودپنداره با شادکامی در زنان متقاضی جراحی زیبایی شهر تهران. مجله علوم پزشکی دانشگاه شهید صدوقی یزد، ۲۷، ۱، ۱۱۷-۱۱۰.
- Larissa.Vingilis, Jaremko, Daphne. Maurer, Xiaoqing. Gao, (2018), The influence of averageness on judgments of facial attractiveness: No own-age or own-sex advantage

- among children attending single-sex schools, *Journal of Experimental Child Psychology*, 120, (2), 1-16.
- Suojanen, Mika. (2017), Aesthetic experience of beautiful and ugly persons: a critique, *Journal of Aesthetics & Culture*, 8, (4), 95-110.
- Farshidmanesh. Forough, Davoudi. Hosein, Heidari. Hasan, Bahramabadi Mehdi Zeza. (2020). Comparison of the effectiveness of the schema therapy training and mindfulness on intimacy, commitment, and happiness of women with couple burnout. *Int Arch Health Sci*, 6, (4), 136-142.
- Huntjens. R. J. C, Marlin. M. Rijkeboer & A. Arntz. (2020). Schematherapy in DID: treatment length and related studies on dissociative amnesia, *European Journal of Psychotraumatology*, 11(1), 163-178.
- Jacobsen. Thomas, Beudt. Susan. (2019). Stability and Variability in Aesthetic Experience: A Review. *Journal of Frontiers Psychology*, 8, (6), 143-165.
- Nordahl. Dag, Sorensen Hoifodt. Ragnhild, Bohne. Agnes, Inger Pauline Landsem, Catharina Elisabeth Arfwedson Wang & Jens C. Thimm. (2020). Early maladaptive schemas as predictors of maternal bonding to the unborn child. *BMC Psychology*. 7, 23, 95-187.
- Kim. Sunwoo, Lee. Yuri. (2019). Why do women want to be beautiful? A qualitative study proposing a new "human beauty values" concept. 13, (8), 111-132.
- Young, J. E., Klosko, J. S., & Weishaar, M.E. (2003). *Schema therapy: A practitioner's guide*. New York: Guilford, *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 14, (1), 342-351.
- Maymone, Mayra B.C., Melissa. Laughter, Jeffrey Dover, Neelam A. Vashi. (2020). What constitutes beauty and how is it perceived? Role of social media may create unrealistic expectations for cosmetic procedures. *Clinics in Dermatology*, 10. (16), 95-122.
- Voges. Mona M, Giabbiconi. Claire-Marie, Benjamin Schöne, Manuel Waldorf, Andrea S. Hartmann and Silja Vocks. (2020). Gender Differences in Body Evaluation: Do Men Show More Self-Serving Double Standards Than Women? *Journal of Frontiers Psychology*, 12 (1), 85-101.
- Boaz. Levy, Dan. Ariely, Nina. Mazar, Won. Chi, Scott. Lukas, Igor. Elmana, (2019). Gender differences in the motivational processing of facial beauty, *National Institutes of Health Learn Motiv*, 39(2), 220-241.