

Research Paper

Contextual Grounds of Addiction to Facial-Body Cosmetic Surgery: A Secondary Analysis of Studies from 2004-2025

Taha Ashayri¹, Tahereh Jahanparvar²

Received: April 25, 2023; Accepted: March 2, 2024

Abstract

In contemporary Iranian society, cosmetic surgery has transformed from a medical intervention into a multi-dimensional phenomenon with social, cultural, psychological, and economic roots. The objective of this research is a secondary analysis of studies conducted between 1383 and 1404 (2004–2025) using a quantitative meta-analysis approach. The statistical population of the study consisted of 55 scientific documents, from which 45 studies were selected as the sample size through purposive sampling, adhering to inclusion and exclusion criteria. The software used was CMA3, and the analysis tools were Fisher's *f* statistical test and Cohen's *d*. The research findings indicated that social factors (social anomie, relative deprivation, family disorganization, social capital); cultural factors (media consumption, media literacy, patriarchal culture and norms, religious lifestyle, modernism, education level); economic factors (socioeconomic class, economic capital, occupational identity, income level); and psychological factors (feelings of inferiority, pursuit of status and approval, psychological capital, individual novelty-seeking, gender stereotypes) have had a significant effect on the inclination toward cosmetic surgery during the period from 1383 to 1404 (2004–2025). The findings confirm that the inclination towards cosmetic surgery is not a single-factor phenomenon, but rather a complex outcome of the interplay between social, cultural, economic, and psychological factors, all of which gain meaning through the process of self-mirroring.

Keywords: Social Anomie, Psychological Capital, Media Literacy, Pursuit of Status, and Inclination Towards Cosmetic Surgery

¹ Faculty member of the Department of History and Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili (Corresponding Author) t.ashayeri@uma.ac.ir

² Ph.D. Student in Cultural Sociology, Islamic Azad University, Central Tehran Branch
jparvar@yahoo.com

Introduction

In contemporary Iranian society, cosmetic surgery has undergone a profound and significant transformation, evolving from its initial position as a purely medical intervention with reconstructive and restorative functions into a complex socio-cultural, economic, and psychological reality. This phenomenon is now deeply and inextricably woven into the fabric of daily life, particularly within the urban context. This transition signals a change far more fundamental than a fleeting shift in aesthetic tastes; it reflects deeper and more turbulent currents within Iranian society revolving around core axes such as the crisis of individual and collective identity, the quest for social mobility, the continuous redefinition of gender norms, and the struggle to adapt to the psychological consequences of rapid modernization and engagement with globalizing forces. The relentless pursuit of an "ideal" appearance – often defined by dual and hybridized standards that blend idealized, digitally manipulated imagery from global media with local patriarchal expectations and ideals – has become a primary, and often anxiety-inducing, concern, especially among young, educated women in major metropolitan areas. The significant and unusually high prevalence of procedures such as rhinoplasty has positioned Iran as a leading country in per capita cosmetic surgeries globally, raising serious critical questions about the driving forces, underlying motivations, and the social and psychological consequences of this collective tendency.

This phenomenon, sometimes described colloquially and even in research literature with terms like "addiction to cosmetic surgery," suggests a repetitive, cyclical pattern of engagement driven by factors beyond a simple aesthetic preference or desire for physical enhancement. Although numerous domestic studies in recent years have explored various psychological (such as body image, self-esteem), social (such as media influence, social status), and cultural dimensions of this issue, the existing literature continues to suffer from fragmentation, a lack of theoretical coherence, and methodological limitations. Many studies are cross-sectional, limited to convenience samples from specific clinics or cities, and lack an integrative framework that brings scattered findings together within a longitudinal, interdisciplinary perspective. The absence of a comprehensive and systematic understanding of how the dynamic interplay of social structures, pervasive cultural pressures, economic conditions and inequalities, and individual psychological dispositions reinforces and sustains this tendency over a long and transformative period (from 2004 to 2025) is acutely felt. This significant research gap severely limits the possibility of formulating holistic,

effective, and root-cause-focused policies, educational programs, and psycho-social interventions.

The primary aim of this study is to partially fill this gap through the systematic synthesis, quantitative analysis, and integration of empirical findings from Iranian research conducted between 2004 and 2025 on the tendency towards cosmetic surgery. By employing a "quantitative meta-analysis" approach, this research seeks to identify, compare, and integrate the "effect size" of key indicators from four major influential domains: social factors, cultural factors, economic factors, and psychological factors. The main and overarching research question is: which social, cultural, psychological, and economic factors have had a more significant and stronger influence on the tendency towards cosmetic surgery in Iranian society during the period under review? This macro-question is operationalized by examining the specific role of variables such as social anomie, media consumption, feelings of inferiority, psychological capital, religious lifestyle, socio-economic status, and others, as well as how they interact in shaping this complex social action.

The theoretical framework for this research relies on Charles Horton Cooley's "Looking-Glass Self" theory. This foundational theory argues that the concept of self and individual identity is not constructed in a vacuum or inherently, but through a social process of reflection. This process has three key stages: first, the individual constructs an imagination of how they appear in the eyes of others. Second, they imagine an interpretation of those others' judgments about this appearance. Third, based on this perceived judgment, they experience a specific emotional response (such as pride, shame, satisfaction, or dissatisfaction). In the context of cosmetic surgery, the body becomes a central element of this "reflected self." This theory provides a powerful lens for understanding why individuals might resort to physically altering their bodies through surgery. From this perspective, cosmetic surgery is not considered merely a personal or medical choice, but a "symbolic act" aimed at aligning and approximating the "real self" with an "ideal self" that is believed to be validated and recognized by important and influential "social mirrors."

In Iran today, these "social mirrors" are multiple, diverse, and often in conflict with one another. More traditional mirrors such as the extended family, cohesive local structures, and enduring religious norms are increasingly placed alongside—and sometimes overshadowed by—powerful new mirrors: global media and virtual social networks that incessantly promote homogenized, digitally manipulated, and often unattainable beauty standards; the lucrative beauty industry and the medicalization of the body, which have turned the body into a malleable commodity and a "project" for

improvement and investment; patriarchal cultural norms that define specific standards of female beauty often linked to gaining male approval and social acceptability; and finally, class signifiers in which an adorned appearance and body have become a form of "symbolic capital" for signaling belonging to the upper-middle or affluent classes. When an individual perceives a significant gap between their self-image (what they see in the mirror) and the idealized reflection they receive from these dominant social mirrors, this perception can trigger deep feelings of inadequacy, social anxiety, and a strong desire for correction and compensation. Within this framework, cosmetic surgery becomes a tangible and concrete strategy for obtaining more positive reflections (perceived approval, status, acceptance) from these same social mirrors. This theoretical framework also has the potential to explain the vicious cycle of "addiction"; because the standards reflected by these mirrors are constantly changing and inherently unattainable, the peace resulting from surgery may be temporary, potentially trapping the individual for subsequent "corrections."

Methodology

This research used a "quantitative meta-analysis" design. Meta-analysis is a statistical method for combining the results of multiple independent studies on a single topic to arrive at an overall quantitative estimate and determine an integrated effect size. The initial statistical population of the research consisted of 55 Persian-language scientific studies (articles published in journals and theses) identified through a systematic search in reputable Iranian scientific databases. After applying precise inclusion and exclusion criteria, 45 eligible studies were selected for the final analysis. Inclusion criteria included: quantitative studies (survey, correlational); focus on predictor variables of cosmetic surgery tendency; provision of statistical data convertible to effect size (such as correlation coefficients, t , F , β values); and publication within the period 2004 to 2025. Exclusion criteria included purely qualitative, theoretical, or review studies, duplicate publications, and studies with insufficient statistical data. Data analysis was performed using specialized meta-analysis software (CMA3). To calculate combined effect sizes, the "random-effects model" was used, which takes into account the expected heterogeneity between studies. The primary measurement index was the correlation coefficient (r). Additionally, Cohen's d and Fisher's tests were used for supplementary analysis and significance testing. Variables were coded and analyzed within four predetermined categories: social, cultural, economic, and psychological.

Findings

The findings of this meta-analysis are divided into descriptive and inferential sections. Descriptive findings indicate that the combined studies primarily focused on "young women aged 18 to 45" residing in major urban centers such as Tehran, Ahvaz, Shiraz, and Karaj. Over 76% of participants had at least a high school diploma. From a methodological perspective, there was a heavy reliance on "convenience sampling" (used in 71.1% of studies) and cross-sectional survey designs using questionnaires, which, while indicative of the predominant research trend in this field, creates limitations for the generalizability of the findings.

Inferential findings (effect sizes) quantitatively show the strength of the relationships between various factors and the tendency towards cosmetic surgery. Among "psychological factors," which contained the strongest predictors, "feelings of inferiority" ranked first with a very strong positive correlation ($r = 0.51$). This was followed by "acquisition of status and social acceptance" with a strong positive correlation ($r = 0.44$). In contrast, "psychological capital" (including self-esteem, self-efficacy, resilience) acts as a strong inhibiting factor with a strong negative correlation ($r = -0.39$). "Internalization of gender stereotypes" was also associated with a moderate positive correlation ($r = 0.34$).

In the realm of "cultural factors," "media consumption" plays the most prominent role with a very strong positive correlation ($r = 0.46$). "Religious lifestyle" with a moderate negative correlation ($r = -0.36$) and "media literacy" also with a moderate negative correlation ($r = -0.33$) appear as moderating and mitigating factors. "Adherence to patriarchal norms" was associated with a weak positive correlation ($r = 0.29$).

Regarding "social factors," "social anomie" (feeling of normlessness and disorientation) showed a moderate positive correlation ($r = 0.42$), and "relative deprivation" (feeling deprived compared to others) showed a moderate positive correlation ($r = 0.38$) with a significant relationship to the tendency for surgery. "Family disorganization" showed a weak positive correlation ($r = 0.31$), and "social capital" was influential with a weak negative correlation ($r = -0.27$).

Finally, "economic factors" generally played a weaker and often facilitative role. "Socio-economic status" with a weak positive correlation ($r = 0.26$), "economic capital" with a weak positive correlation ($r = 0.21$), and "income level" with a very weak positive correlation ($r = 0.15$) were placed in this domain.

Conclusion

This meta-analysis provides robust and combined evidence that the tendency towards cosmetic surgery in Iran is a "multidimensional" phenomenon driven by the "complex interaction" of psychological vulnerabilities, cultural pressures, social disintegration, and economic facilitators. The Looking-Glass Self theory effectively integrates these findings into a coherent framework. The strongest drivers are psychological factors—deep-rooted feelings of inferiority and a powerful need for validation and social approval. These internal states are profoundly influenced by cultural forces, particularly constant exposure to idealized beauty standards through the media, which acts as a dominant and distorting "social mirror." Social factors such as anomie and weak family structures create an environment where traditional, stabilizing, and supportive mirrors are absent, and this absence increases dependence on external and commercialized standards for self-worth. Economic factors such as class status provide the possibility of implementing the decision but are not powerful independent motivators on their own.

In essence, for many individuals in contemporary Iran, particularly young urban women, cosmetic surgery emerges as a "strategic adaptation" within a challenging social ecology. This action is an attempt to manage the perceived gap between the self and the demanding, often unattainable, reflections offered by dominant socio-cultural mirrors (media, market, patriarchy). Therefore, cosmetic surgery is less a simple pursuit of beauty and more a "compensatory mechanism" for coping with perceived social deficits, psychological insecurities, and identity anxieties in a rapidly transitioning society. This cycle is self-perpetuating due to the inherently fluid and commercial nature of the standards of these mirrors and can lead to repeated interventions—a pattern consistent with the concept of "normative addiction."

The findings of this research highlight the necessity of multi-level interventions to address this phenomenon. At the individual level, promoting "critical media literacy" and strengthening "psychological capital" (including resilience, self-esteem, self-efficacy) through educational and counseling programs can make individuals more resistant to distorted reflections. At the level of society and civil institutions, strengthening "social support networks" and "family cohesion" can provide individuals with more realistic and supportive mirrors. At the macro-cultural and media level, promoting public discourse that challenges one-sided, commercial, and unrealistic beauty ideals and values natural physical diversity and inner values is another fundamental step. Only through such a combined and comprehensive approach can

we hope to moderate the increasing trend of merely compensatory tendency towards cosmetic surgery and create space for more conscious and healthier choices. This requires coordinated efforts from educational systems, mental health professionals, sociologists, media producers, and religious and community leaders to collectively reshape the social mirrors that profoundly influence individual and collective well-being in an era of unprecedented visual and social pressure. The ultimate goal is to foster a society where self-worth is derived from a multiplicity of sources—character, achievement, relationships, and internal peace—rather than being disproportionately anchored in the fluctuating and often unforgiving reflections of physical appearance dictated by transient and commercially-driven ideals.

Keywords: Social Anomie, Psychological Capital, Media Literacy, Status Acquisition, Inclination towards Cosmetic Surgery, Looking-Glass Self Theory.

Bibliography

- Abbasi Sarcheshmeh, M. R., Mohammad Bana Ardekan, O., & Abbasi Sarcheshmeh, A. 2016. "Comparison of Appearance Beliefs, Irrational Beliefs, and Body Mass Index in Candidates for Cosmetic Surgery and Those in Need of It". *Skin and Cosmetic*, 7(3), 156–162. <https://jsc.tums.ac.ir/article-1-5318-en.html>[In Persian]
- Abbasi, B., Haghghatian, M., & Moazzeni, A. 2020."Sociological Analysis of Representations of Cosmetic Surgery as a Medium of Cultural Identity among Young Men in Tehran". *Culture and Communication Studies*, 21(50), 149–170.https://ccs.atu.ac.ir/article_13445.html?lang=en[In Persian]
- Abbaszadeh, M., Aghdasi Alamdari, F., Saadati, M., & Mobarak Bakhshayesh, M. 2012."A Sociological Study of the Tendency towards Beauty through Plastic Surgery and Related Factors (Case Study: Women and Girls aged 16-64 in Tabriz)". *Applied Sociology*, 23(3), 123–140.https://jas.ui.ac.ir/article_18070.html?lang=en[In Persian]
- Abbaszadeh, M., Mahmoud Molaee Kermani, B., & Aghdasi Alamdari, F. 2014."A Sociological Study of the Intervening Role of the Variable "Social Acceptance" in the Impact of Media on Women's Tendency towards Beauty through Surgery". *Woman and Society*, 5(3), 47–65.https://jzvj.marvdasht.iau.ir/article_3451.html?lang=en[In Persian]
- Abdollahinia, A. 2025."Predicting Body Image Concern Based on Self-Objectification and Rumination with the Mediating Role of Self-Esteem in Women Candidates for Cosmetic Surgery". Master's thesis, Shahid Bahonar University of Kerman, Faculty of Literature and Humanities,<https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/0e7b8d4a7d1c4f3b8a2e6c5d9f8a3b1c> [In Persian]
- Ahmadi, A., Torabi, F., Hashemian, A., & Vagardoust, R. 2023."Evaluating Health Literacy in Candidates for Cosmetic Surgery: A Cross-Sectional Study". *Health Information Management*, 20(3), 173-178. <https://doi.org/10.48305/him.2024.42174.1146>[In Persian]

- Alamdar Saravi, M., & Ghalebani, M. (2004). "Personality Characteristics of Cosmetic Surgery Volunteers". *Thought and Behavior*, 9(4), 11–17. <https://jtbcp.ir/article-1-120-en.html>
- Al-Bashaireh, A. M., Aljawarneh, Y., Alkouri, O., Alzoughool, F., Alhefeiti, A., Aldhuhoori, A., Al Kaabi, A., Alkaabi, A., & Alnaqbi, F. 2025. "Body image and attitudes toward cosmetic surgeries among female college students in the United Arab Emirates: A cross-sectional study". *Heliyon*, 11(2), e42027. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42027>.
- Alhussain, BS., Almanea, MY., Alharbi, AN., Alali, MS., Alraba, MA., Alferm, OB. 2021. "Use of Lasers in Oral Maxillofacial Surgery; a cross-sectional study done in Riyadh", Saudi Arabia. *Arch Pharm Pract.* 12(4):77-83. <https://doi.org/10.51847/Bljyrczej9>
- Asadi, M., Salehi, M., Sedoughi, M., & Afkham Ebrahimi, A. 2013. "Self-esteem and Attitude Towards Physical Appearance Before and After Rhinoplasty". *Iranian Journal of Psychiatry and Clinical Psychology*, 19(1), 28-33. <http://ijpcp.iuums.ac.ir/article-1-2014-en.html>
- Bagheri, M., Kiani, S., & Hazbavi, A. (2022). "A Sociological Study of Factors Affecting the Tendency towards Cosmetic Surgery (Case Study: Women aged 18-60 in Ahvaz)". *Journal of Sociological Studies*, (60), 391–428. https://jss.tabriz.iau.ir/article_704716.html?lang=en, [In Persian]
- Balali, I., Afsharkohan, J. 2010. "Beauty and Money: Makeup and Surgery". *Strategic Women's Studies*, 12(42), 99–140. https://jwsf.tabriz.iau.ir/article_519427.html?lang=en [In Persian]
- Bayani, A., Abdi, M., & Bayani, M. 2023. "Comparison of Social Support and Self-Concept in Candidates and Non-Candidates for Hair Transplant Cosmetic Surgery". *Modern Research in Psychology*, 4(2), 7-14. <https://psjournal.ir/fa/paper.php?pid=153>, [In Persian]
- Beck, U. 1992. "Risk society: Towards a new modernity". Sage Publications.
- Bidkhorri, M., Yasseri, M., Akbari Sari, A., & Majdzadeh, R. 2021. "Relationship between Socioeconomic Factors and Incidence of Cosmetic Surgery in Tehran, Iran". *Iranian Journal of Public Health*, 50(2), 360-368. <https://doi.org/10.18502/ijph.v50i2.5351>, [In Persian]
- Bizot O. 2021. "The BBL Surgery 'That Only the Kardashians Could Have' Becomes Dangerous TikTok Trend". *The France 24 Observers*, Available from: <https://observers.france24.com/en/americas/20211105-brazilian-butt-lift-tiktok-surgerytrend>
- Căiță, G. A. Maghiar, T. Bodog, F. D. & Noor, H. 2023. "Sociological study of the influencing factors on the trend toward cosmetic surgery". *Archives of Pharmacy Practice*, 2023.14(2), 122–126. <https://doi.org/10.51847/Tb8nUxFOyU>
- Ching BH-H, Xu JT. 2019. "Understanding cosmetic surgery consideration in Chinese adolescent girls: Contributions of materialism and sexual objectification". *Body Image*. 28:6–15. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.001>
- Cooley, C. H. 1902. "Human nature and the social order". Scribner's Sons.

- Danesteh, H., Sadeghzadeh, A., Azadi, M., & Zahed Zahedani, S. S. (2024). "Evaluation of Perfectionism and Appearance Status of Candidates for Rhinoplasty Referred to Shahid Rajaei Hospital in Shiraz". *Razi Journal of Medical Sciences*, 31(1), 166. <http://rjms.iuums.ac.ir/article-1-8626-en.html>, [In Persian]
- Enayat, H., & Anbari Roozbahani, M. 2017. "Investigating Psychological Causes of Women's Tendency towards Cosmetic Surgeries (Case Study: Women aged 15-50 in Shiraz)". *Alborz University Medical Sciences Journal*, 7(1), 24-34. <https://jams.arakmu.ac.ir/article-1-530-en.html>, [In Persian]
- Etemadifard, S. M., & Amani, M. 2013. "A Sociological Study of Women's Motivations for Cosmetic Surgery Tendencies". *Women's Research Journal*, 4(2), 1-22. https://womenstudy.ihcs.ac.ir/article_1069.html, [In Persian]
- Farrokhi, A., Zare, Y., & Siavash, S. M. 2025. "The Effect of Family Communication Pattern on Tendency to Cosmetic Surgery with the Mediation of Emotion Control among Female High School Students in Yasuj". *Woman and Society*, 16(1), 77-99. <https://doi.org/10.71801/JZVJ.2025.1172312>, [In Persian]
- Fattahi, E., Eftekari, S. P., Ahmadi, S. M., & Hamzeh, B. 2018. "The Relationship between Mental Health and Self-Esteem with Metacognitive Evaluation of Body Dysmorphia in Women Candidates for Rhinoplasty Referring to Two Cosmetic Surgery Centers in Kermanshah in 2017 and 2018". *Iranian Surgery Journal*, 26(4), 61-71. https://ijs.ir/article_730869.html, [In Persian]
- Giddens, A. 1991. "Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age". Stanford University Press.
- Goffman, E. 1959. "The presentation of self in everyday life". Doubleday.
- Gulbas, L. E. 2008. "Cosmetic Surgery and the Politics of Race, class, and Gender in Caracas, Dissertation presented to the Graduate Faculty of Dedman College, Southern Methodist University in Partial Fulfillment of the Requirements", degree of Doctor of Philosophy, Venezuela; 2008. 328.
- Haji Abolalu, K., Hallajzadeh, H., & Masoudnia, E. 2018. "Comparison of Cultural Capital Between Two Groups of Women With and Without Cosmetic Surgery History in Rasht". *Applied Sociology*, 29(4), 167-182. 10.22108/JAS.2018.103670.1088, [In Persian]
- Hashemi, S., & Jamshidi, M. 2019. "The Relationship between Perfectionism and Depression with Body Image in Girls Volunteering for Cosmetic Surgery". *Skin and Cosmetic*, 10(1), 3-11. <https://jsc.tums.ac.ir/article-1-5875-en.html>, [In Persian]
- Harandi, V., Ansari Shahidi, M., Haghayegh, S. A., Raeisi, Z., & Sepideh, M. 2019. "The Relationship between Interpersonal Emotion Regulation and Social Support with Tendency to Cosmetic Surgery". *Pajouhandeh*, 14(6), 318-323. <http://rjms.iuums.ac.ir/article-1-6372-en.html>, [In Persian]
- Hosseini, Z., Karbalaie Mohammad Meibodi, A., & Geramipour, M. 2018. "Structural Model of Relationships Between Body Image, Irrational Beliefs, and Mental Health in Cosmetic

- Surgery Candidates". *Thought and Behavior in Clinical Psychology*, 12(48), 17-96. <https://sid.ir/paper/172114/en>, [In Persian]
- Hua, W. 2009.'Being good-looking is capital": Cosmetic surgery in China today". *Asian Anthropol.*8:89-107. <https://doi.org/10.1080/1683478X.2009.10552588>
- Jackson T, Chen H.2015. "Predictors of cosmetic surgery consideration among young chinese women and men". *Sex Roles.* 73:214-30. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-015-0514-9>
- Jamal, BT.2023." Oral Cancer Staging and Clinicopathologic Features Presenting to Oral & Maxillofacial Surgery Practice in Saudi Arabia".*Clin Cancer Investig J.* 12(1):32-5. <https://ccij-online.org/storage/files/article/16d9639a-91ed-4916-8461-47d4d00b1772-Ikmbh yp9GygBjRMx/NHwNrv4Wx4Udv>
- Kazemi Kelayeglan, F., Parsafar, S., Afshari, M., & Baraei, M.2017."Socio-Cultural Attitudes Towards Cosmetic Surgeries and Related Factors Among Female Students of Hamadan University of Medical Sciences: A Cross-Sectional Study. *Journal of Skin and Cosmetic*, 8(4), 185-194. <http://jdc.tums.ac.ir/article-1-5279-en.html>, [In Persian]
- Kazemi Rezai, A., Hatamian, P., Vatankhah Amjad Farzaneh, & Pahlavan Yusefkhani, M. 2022."The Relationship between Emotional Dysregulation and Repetitive Negative Thoughts with Body Image Concern Considering the Mediating Role of Family Support in Women Candidates for Cosmetic Surgery". *Psychiatric Nursing*, 10(1), 18-27.<https://ijpn.ir/article-1-2012-en.html>. [In Persian]
- Khanjani, Z., Babapur, J., & Saba, G. 2012." Investigation and Comparison of Psychological Status and Body Image in Candidates for Cosmetic Surgery with Non-Candidates". *Shahid Sadoughi University of Medical Sciences Journal*, 20(2), 237-248. <https://jssu.ssu.ac.ir/article-1-1988-en.html>. [In Persian]
- Khanjani, Z., Pakravan, H., Ghadimi, N., & Asadi, S. 2022."The Relationship Between Attitude Towards Cosmetic Surgery and Social Media Addiction Based on the Mediating Role of Body Image Concern in Adolescents". *Ravish Psychology*, 11(3), 35-46. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7>, [In Persian]
- Kian Ara, M., Rabani, R., & Payanpour, M.2010."Social Stratification and Body Modification: Cosmetic Surgery as a Symbol of Social Status". *Strategic Women's Studies*, 12(47), 73-98. https://www.jwss.ir/article_45301.html, [In Persian]
- Kumar, S. 2022."The rise and fall of BBL". *Shift London*The Rise and Fall of the BBL. Shift London. (2022). Available from: <https://www.shifflondon.org/features/the-end-of-an-era-the-bbl>
- Malekmohammadi, N. Hashemi, S. & Rahmati, J. 2024." Mediating role of social competence in the relationship between tendency to cosmetic surgery and psychological capital in women applying for cosmetic surgery". *Iranian Evolutionary Educational Psychology Journal*, 6 (3), 373-385. <http://ieepj.hormozgan.ac.ir/article-1-929-en.html>, [In Persian]

- Mir Akhooarli, F., & Rahmati, R. 2024."Investigating the Relationship Between Social and Emotional Loneliness, Cognitive Self-Awareness, and Fear of Negative Evaluation in Women Candidates for Cosmetic Surgery". *New Ideas in Psychology*, 9(27), 5. <http://jnip.ir/article-1-1308-en.html>, [In Persian]
- Mirhosseini, S. R., Kavei, B., & Aghili, S. V.2016."Investigating the Role of Satellite TV Programs Regarding Men's Cosmetic Surgery". *Media Studies*, 10, 41-50. https://mediastudies.srbiau.ac.ir/article_12288.html?lang=en, [In Persian]
- Mirhosseini, S. R., Kavei, B., & Aghili, S. V.2016."The Role of Satellite TV Programs Regarding Men's Cosmetic Surgery". *Media Studies*, 10, 41-50. http://mediastudies.srbiau.ac.ir/article_9999.html, [In Persian]
- Mirsardo, T., Koldi, A., & Attaei, B. 2010." The Relationship between Socio-Cultural Factors and Women's Tendency to Cosmetic Surgery Among Women in Karaj". *Woman and Family Studies*, 3(10), 145-164. sanad.iau.ir/Journal/jwsf/Article/955234, [In Persian]
- Mokhtari, M., & Enayat, H. 2011. The Role of Gender Attitudes in the Emergence of Women's Body Image (Case Study: Women Undergoing Cosmetic Surgery in Shiraz)". *Women in Development and Politics*, 9(3), 67-87. https://jwdp.ut.ac.ir/article_23650.html, [In Persian]
- Nerini, A. Di Gesto, C. & Lo Bartolo, M. 2024."Self-awareness and Social Influences as Predictors of Body Dissatisfaction and Acceptance of Cosmetic Surgery for Social Reasons Among Men". *Aesth Plast Surg* 48, 1016-1026 (2024). <https://doi.org/10.1007/s00266-023-03565-y>.
- Niknam, M., Khodi, Z., & Khodi, M.2019." Investigating the Relationship Between Body Image and Self-Concept with Happiness in Women Candidates for Cosmetic Surgery in Tehran". *Shahid Sadoughi University of Medical Sciences Journal*, 27(1), 1110-1117. <http://dx.doi.org/10.18502/ssu.v27i1.868>, [In Persian]
- Noghani, M., Mazloom Khorasani, M., & Varshoei, S.2010." Social Factors Affecting Women's Cosmetic Surgery". *Social and Psychological Studies of Women*, 8(4), 75-101. 10.22051/JWSPS.2010.1385, [In Persian]
- Nowroozi, Y., Sheikhpour, A. H., & Kaviani, E. 2023." Investigating the Relationship Between Psychological Security and Subjective Well-being in Women's Tendency to Cosmetic Surgery Considering the Mediating Role of Narcissism". *Educational Psychology Skills*, 14(4), 63-77. <https://sanad.iau.ir/en/Article/953476>. [In Persian]
- Pirahari, N., & Bidaran, S. 2016."Social Factors Affecting Women's Tendency to Cosmetic Surgery". *Woman and Society*, 8(4), 229-246. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1396.8.32.12.7>. [In Persian]
- Reshadi Mohammadi, A., Hafez, F., & Human, F.2025." The Causal Relationship of Tendency to Cosmetic Surgery Based on Social Media Addiction and Psychopathology with the Mediation of Self-Esteem in Women of Ahvaz County". *Woman and Family Studies*, (67), 8. <https://doi.org/10.30491/hpr.2025.495480.1462>, [In Persian]

- Sadaati, M. S., Zarurati, M., & Karbakhsh Ravari, F. 2025." The Relationship Between Fear of Body Image and Attitude Towards Cosmetic Surgery Among Medical Students of Shiraz University of Medical Sciences in 2023". *Sadra Medical Sciences Journal*, 13(3), 468-477. <https://doi.org/10.30476/smsj.2025.102766.1539>, [In Persian]
- Safarishali, R. 2019." Women's Tendency to Cosmetic Surgery as Social Desirability (Display of Objective Welfare)". *Social Sciences Quarterly*, 26(84), 61-88. <https://doi.org/10.22054/qjss.2019.45120.2136>, [In Persian]
- Shah Amiri, Z. 2022." Investigating the Socio-Psychological Factors Associated with the Desire to Undergo Cosmetic Surgery Among Women in Ahvaz". Master's thesis, Yasouj University. [In Persian]
- Shahani Shalmani R, Jafari F.2024. "Study of the relationship between social anxiety of negative evaluation and negative body image with the tendency of cosmetic surgery in women". *Health Science Monitor* .3 (1):11-18URL: <http://hsm.umsu.ac.ir/article-1-128-en.html>, [In Persian]
- Swami, V. 2015." Body image in the context of cosmetic surgery". In D. Sarwer, L. A. Whitaker, & L. A. Whitaker (Eds.), *Psychological aspects of reconstructive and cosmetic plastic surgery: Clinical, empirical, and ethical perspectives*.pp. 23-40). Lippincott Williams & Wilkins.
- Tahmasebi, S., Tahmasebi, Z., & Yaghmaee, F. 2014."Factors Related to Willingness to Undergo Cosmetic Surgeries Based on the Theory of Reasoned Action Among Students in Shahrekord". *Settareye Mameyi va Jame Negar*, 24(74), 53-61. <http://hnmj.gums.ac.ir/article-1-366-en.html>, [In Persian]
- Tavassoli,Gholam Abbas. 2012." Investigating Women's Tendency to Cosmetic Surgery in Tehran". *Social and Psychological Studies of Women*, (1), 61-82. <https://doi.org/10.22051/jwsps.2012.1412>, [In Persian]
- Tsafack Zefack, J., Brenda Mbouamba Y., Mbonjo, B. D., Cynthia-Edith Ara-Nabangi N., Esua Alphonsius Fotindong, N., James, T., Vanessa, N. &Favour, A. A.2025."The socio-epidemiological impact of a growing demand for cosmetic surgery in low- and middle-income countries: The case of Cameroon". *Journal of Global Public Health*, 18(2), -122-131. <https://doi.org/10.2196/jgph.2025.182122>.
- Valina G, Sessa A.2020."Current trends of cosmetic surgical procedures with the general cosmetic surgery fellowships by the American Academy of Cosmetic Surgery". *Am J Cosmet Surg*. 37(1):5-13. doi: 10.1177/0748806819852014
- Yue P.2017."About face: China's plastic surgery market grows six times faster than global average". *About face: China's plastic surgery market grows six times faster than global average*.2023-1216 <https://www.chinamoneynetwork.com/2017/08/09/about-face-chinas-plastic-surgery-market-grows-six-times-faster-than-global-average>.

- Zare, B. Javadi, F. & Naseri, S.2014.” Does it make me beautiful? A focus group discussion on cosmetic surgery”. *International Journal of Applied Sociology*, 4(5), 126–132. <https://doi.org/10.5923/j.ijas.20140405.03>, [In Persian]
- Zhang, Y., Jiang, M., Liu, J., & Liu, B. 2024.”Pursuing beauty: socio-cultural and labor-economic determinants of cosmetic surgery consideration among female college students in China”. *BMC Psychology*, 12(1), 519. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-02016-w>.
- Zirrahi, A. 2024.” Investigating the Causes of Women's Tendency to Cosmetic Surgery and Determining the Relationship Between Cosmetic Surgery and Marital Satisfaction Among Women Aged 18 to 50 in Dashtestan County”, Master's thesis proposal, Kherad Institute of Higher Education, Bushehr. [In Persian]
- Zoghipazdar, M. R., Karami, A., & Nabizadeh, S.2018.”Comparison of Body Image Disturbance, Body Dysmorphic Disorder, and Fashion Orientation in Candidates and Non-Candidates for Cosmetic Surgery”. *Health Psychology*, 7(2), 7-24. https://hpj.journals.pnu.ac.ir/article_4968. [In Persian]



مقاله پژوهشی

مطالعه زمینه‌های اعتیاد به جراحی زیبایی چهره-بدن:

تحلیل ثانویه مطالعات ۱۳۸۳ الی ۱۴۰۴

طاها عشایری^۱، طاهره جهان پرور^۲

تاریخ دریافت: ۰۲/۵/۲۰، تاریخ تایید: ۰۲/۱۲/۸

چکیده

در جامعه معاصر ایران، جراحی زیبایی از یک مداخله پزشکی به پدیده‌ای چندبُعدی با ریشه‌های اجتماعی، فرهنگی، روانی و اقتصادی تبدیل شده است. هدف این پژوهش، تحلیل ثانویه مطالعات انجام شده در بازه ۱۳۸۳ تا ۱۴۰۴ با رویکرد فراتانکمه‌تحلیل کمی است. جامعه آماری تحقیق شامل ۵۵ سند علمی که ۴۵ مطالعه به‌عنوان حجم نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی با رعایت ملاک ورود و خروج انتخاب شدند. نرم‌افزار آن CMA3 و ابزار تحلیل آزمون آماری f فیشر و d کوهن است. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل اجتماعی (آنومی اجتماعی، محرومیت نسبی، بی‌سازمانی خانوادگی، سرمایه اجتماعی)؛ فرهنگی (مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای، فرهنگ و هنجار پدرسالاری، سبک زندگی دینی، نوگرایی، سطح تحصیلات)؛ اقتصادی (پایگاه طبقاتی-اجتماعی، سرمایه اقتصادی، هویت شغلی، میزان درآمد) و روانی (احساس حقارت، کسب منزلت-مقبولیت، سرمایه روان‌شناختی، تنوع‌طلبی فردی، کلیشه‌های جنسیتی) در گرایش به جراحی زیبایی طی فاصله زمانی ۱۳۸۳ الی ۱۴۰۴ تأثیر معنی‌داری داشته است.

واژگان کلیدی: آنومی اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی، سواد رسانه‌ای، کسب منزلت، گرایش به جراحی زیبایی.

^۱ عضو هیئت علمی گروه تاریخ و جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه محقق اردبیلی (نویسنده مسئول)

t.ashayeri@uma.ac.ir

jparvar@yahoo.com

^۲ دانشجوی دکترا جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز؛

جراحی پلاستیکی یا زیبایی به معنای شکل دادن، ساختن و تغییر ظواهر بدن است (حسینی فر و عباسی، ۱۳۹۹: ۵۸). تصویر مناسب به مثابه زیبایی؛ امروزه برای همه افراد جامعه مهم تلقی شده است (گولیس، ۲۰۰۸) و نمایانگر پایگاه اجتماعی، جذابیت اجتماعی، هوش و احترام اجتماعی است (آلحسین و همکاران، ۲۰۲۱). از نظر دیویس، جراحی زیبایی را می توان نوعی اعمال قدرت بر بدن باهدف تغییر شکل بدن است. جراحی زیبایی می تواند همسو با ارزش های پدرسالارانه باشد؛ به این معنا که زنان با توسل به جراحی زیبایی، تصویر مطلوب و ایده آل مردان را فراهم می کنند. این پدیده به همه بخش های جامعه گسترش یافته و به یک امر همه گیر و هنجار اجتماعی تبدیل شده است (جمال، ۲۰۲۳). تمایل روزافزون برای ارتقای زیبایی، به عادی سازی و همه گیر شدن اقدامات جراحی جهت بهبود ویژگی های چهره کمک کرده است. این روند که گاهی از آن تحت عنوان "اعتیاد به جراحی زیبایی" یاد می شود (کومار، ۲۰۲۲). بازار جراحی زیبایی ریشه در ساختارهای اجتماعی، فضای فرهنگی-روانی جامعه داشته و عمدتاً مشتریان آن را زنان و جوانان تشکیل می دهند (یو، ۲۰۲۳). مهم ترین معایب آن درد مداوم، عوارض و پریشانی روانی پس از جراحی است (هو، ۲۰۰۹). آمارها نشان می دهد که در سال ۲۰۲۰، لیپوساکشن ۱۵٫۱٪ از تمام اقدامات جراحی زیبایی را با ۱۵۲۵'۱۹۷ مورد گزارش شده در سطح جهان تشکیل می داد. جراحی پلک نیز با کمتر از ۱٫۳ میلیون درمان، در رتبه سوم محبوب ترین جراحی ها قرار گرفت. در سال ۲۰۱۹ تقریباً ۱۱٫۳۶ میلیون عمل جراحی پلاستیک در سراسر جهان انجام گرفته است (بیژوت، ۲۰۲۱). این پدیده که در کشورهای در حال توسعه؛ به یک اعتیاد هنجاری در میان زنان و گاهی مردان تبدیل شده؛ سالانه هزینه های اقتصادی-اجتماعی زیادی بر دوش خانواده ها گذاشته و در کنار سلامت روانی-اجتماعی را کاهش می دهد. گزارش انجمن جراحان پلاستیک آمریکا در سال ۲۰۱۶ نشان داد که حدود ۱٫۹ میلیون جراحی زیبایی در ایالات متحده انجام شده و ایران در زمره کشورهای رتبه برتر در زمینه جراحی زیبایی قرار دارد. نرخ جراحی رینوپلاستی در ایران در سال ۲۰۱۱ برابر با ۱۸۰ مورد در هر ۱۰۰،۰۰۰ نفر بود. با توجه به قانون پوشش زنان ایرانی که مشاهده صورت آنان را درملاعام محدود می کند، رینوپلاستی به محبوب ترین جراحی زیبایی تبدیل شده و بر اساس منابع غیررسمی، ایران رتبه اول جهانی را در نرخ جراحی رینوپلاستی داراست (بیدخوری و همکاران، ۲۰۲۱) در سال های اخیر، با توسعه سریع صنعت زیبایی پزشکی و افزایش پذیرش اجتماعی جراحی زیبایی، جوانان بیشتری به دنبال انجام این

جراحی برای بهبود ظاهر خود هستند. نرخ رشد مرکب سالانه بازار جهانی جراحی و اقدامات زیبایی بین سال‌های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۳ به ۵,۴۳ خواهد رسید و منطقه آسیا-اقیانوسیه سریع‌ترین بازار در حال رشد در این زمینه خواهد بود (جکسون و چم، ۲۰۱۵). در جامعه معاصر، جراحی زیبایی به یکی از شایع‌ترین اقدامات جراحی در سطح جهانی تبدیل شده و افزایش قابل توجهی در تعداد افرادی که روزانه به دنبال چنین مداخلاتی هستند مشاهده می‌شود. ایران موقعیت ممتاز پیشروی جهانی را از نظر فراوانی جراحی‌های زیبایی انجام شده داراست. از نظر تاریخی، هدف اصلی جراحی زیبایی بازگرداندن عملکرد و ظاهر طبیعی اعضای بدن بود؛ با این حال، در دوران معاصر، هدف اولیه جراحی زیبایی به میزان قابل توجهی کم‌رنگ شده است. متخصصان روانشناسی تأکید می‌کنند که گسترش نگران‌کننده جراحی‌های زیبایی در هر جامعه عمدتاً تحت تأثیر انگیزه‌های شناختی و عاطفی ذاتی در مردم آن جامعه است و آرمان‌های عاطفی جوانان، به‌ویژه میل به پذیرش اجتماعی، از محرک‌های اصلی گرایش به زیبایی مصنوعی محسوب می‌شود (ملک محمدی و همکاران، ۲۰۲۴). طبق این شواهد کشورهای پیرامون و مناطق خاورمیانه از جمله ایران که در معرض جهانی‌شدن صنعت زیباسازی و پزشکی‌سازی بدن قرار گرفته‌اند، همچنان روند رو به افزایشی را در این زمینه تجربه خواهند نمود. مطالعات در ایران نشان می‌دهد که تصویر بدن منفی (۴۳/۳ درصد) و ترس از ارزیابی اجتماعی منفی (۲۳/۸ درصد) قادر به پیش‌بینی تمایل به جراحی در میان زنان کاندیدای رینوپلاستی هستند. با انجام ارزیابی روان‌شناختی داوطلبان جراحی زیبایی پیش از هر اقدامی، شناسایی عوامل روان‌شناختی پیش از عمل و ارائه روان‌درمانی، می‌توان به افراد کمک کرد تا از ادراک تحریف‌شده خود از واقعیت آگاه شده و برای حل آن اقدام نمایند (شهبانی شالمی و جعفری، ۲۰۲۴). در ایران نیز در دهه‌های اخیر، داشتن چهره‌ای زیبا و بدنی جذاب به‌ویژه لاغر به استانداردی مهم از زیبایی تبدیل شده است. اولین جراحی زیبایی در ایران به سال ۱۳۳۴ (۱۹۵۵ میلادی) بازمی‌گردد، اما در سال‌های اخیر به‌گونه‌ای گسترش یافته که امروزه نه یک تخصص پزشکی، بلکه بیشتر به‌عنوان یک کسب‌وکار سودآور شناخته می‌شود (زارع و همکاران، ۲۰۱۴). در جامعه معاصر ایران، جراحی زیبایی دیگر یک مداخله پزشکی ترمیمی نیست، بلکه به پدیده‌ای چندبُعدی تبدیل شده که ریشه در بحران‌های هویتی، فشارهای فرهنگی و نابرابری‌های اجتماعی دارد، جراحی زیبایی در ایران هم تمردی نمادین علیه محدودیت‌های فرهنگی و هم تطبیقی استراتژیک با استانداردهای ظاهری هم‌زمان پدرسالارانه و غربی است. جراحی زیبایی اغلب پاسخی به ناآرامی درونی و نه

تمایلی آزادانه به زیبایی است. در چنین چارچوبی، بدن به ابزاری برای بازیابی کنترل، کسب منزلت یا جبران احساس حقارت تبدیل می‌شود. با این حال، ادبیات پژوهشی داخلی هنوز بیشتر در سطح پراکنده باقی مانده و کمتر به عوامل اجتماعی، هنجارهای جمعی و مکانیزم‌های اقتصادی مؤثر بر این گرایش به‌طور جامع در یک بازه زمانی بلندمدت ۱۳۸۳ الی ۱۴۰۴ پرداخته است. در این راستا، پرسش اساسی این است کدام یک از عوامل اجتماعی، فرهنگی، روانی و اقتصادی در چارچوب نظریه خودآینه‌سان قوی‌ترین تأثیر را بر گرایش به جراحی زیبایی در جامعه ایران (۱۳۸۳-۱۴۰۴) داشته‌اند؟

مبانی و رویکرد نظری

جراحی زیبایی: جراحی زیبایی که به‌منظور بهبود ظاهر به کار می‌رود، تخصصی است که به ترمیم، حفظ یا ارتقای ظاهر فیزیکی فرد از طریق تکنیک‌های جراحی و پزشکی می‌پردازد (متقی و پارسایی مقدم، ۲۰۲۳). جراحی زیبایی شامل انواع روش‌های انتخابی است که افراد برای بهبود ظاهر فیزیکی خود به شیوه‌ای مطلوب انجام می‌دهند (چینگ، ۲۰۱۹). به‌طور با صنعتی شدن و رسوخ صنعت زیبایی به‌مثابه نظام سرمایه‌داری؛ سلامتی شهروندان را تحت تأثیر قرار داده و مواردی مانند لیپوساکشن لوکس، ماستکتومی، ماموپلاستی، بلفاروپلاستی، ابدومینوپلاستی، رینوپلاستی، ریتیدکتومی و لابیاپلاستی تبدیل به پرطرفدارترین در میان متقاضیان جراحی زیبایی شده است (ویلینا و ساسا، ۲۰۲۰). جراحی زیبایی، رفتار ترمیمی بوده که در ابتدا جهت رفع ضایعات مادرزادی و در مرحله بعدی برای هدف‌های زیبایی چهره و بدن بکار رفته است (طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۵).

تئوری خودآینه‌سان (نظریه تصویر بدن کولی) و تأثیر آن بر تمایل به جراحی‌های زیبایی

یکی از چارچوب‌های نظری کلیدی در درک پدیده جراحی زیبایی، "نظریه خودآینه‌سان"^۱ است که برای نخستین بار توسط چارلز هورتون کولی^۲ (۱۹۰۲) مطرح شد. هویت فردی از طریق برداشت‌های درک شده از دیگران شکل می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، فرد خود را همان‌گونه می‌بیند که تصور می‌کند دیگران او را می‌بینند (کولی، ۱۹۰۲). این فرآیند سه‌مرحله‌ای شامل: (۱) تصور

¹ Looking-Glass Self

² Cooley

از نحوه مشاهده دیگران به فرد، (۲) تصور از قضاوت دیگران درباره او و (۳) واکنش عاطفی نسبت به آن قضاوت است. بر این اساس، تصویر بدن به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی «خود» به شدت تحت تأثیر بازتاب‌های اجتماعی قرار می‌گیرد (گافمن^۱، ۱۹۵۹). در جوامع معاصر، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و صنعت زیبایی به عنوان «آینه‌های اجتماعی» عمل می‌کنند که با ترویج استانداردهای خاصی از زیبایی، بازخوردهای مداومی را به افراد به‌ویژه زنان وارد می‌کنند (سومی، ۲۰۱۵). این بازخوردها، حتی اگر صریحاً بیان نشوند، در قالب ایده‌آل‌های فرهنگی و تبلیغاتی، به صورت ضمنی بر ذهن افراد تأثیر می‌گذارند. فردی که خود را از طریق چنین آینه‌های ناهمگون و ایده‌آل‌شده‌ای مشاهده کند، ممکن است به این نتیجه برسد که بدن او با استانداردهای جامعه هم‌خوانی ندارد. این عدم تطابق درک شده، می‌تواند منجر به نارضایتی از بدن، کاهش عزت‌نفس و احساس شرم یا ناکافی بودن شود. در این چارچوب، جراحی زیبایی دیگر صرفاً یک تصمیم فردی یا پزشکی نیست، بلکه عملی نمادین برای تطبیق «خود واقعی» با «خود ایده‌آل» است که از طریق آینه‌های اجتماعی ساخته شده است. فرد با دگرگونی فیزیکی خود، در پی ایجاد بازخورد مثبت‌تر از دیگران است تا از این طریق، تصویر ذهنی خود را در راستای تأیید اجتماعی بازسازی کند. این فرآیند به‌ویژه در جوامعی مانند ایران که زیبایی به‌ویژه برای زنان ارزش اجتماعی قابل توجهی دارد، شدت بیشتری می‌یابد. در این جوامع، جراحی زیبایی نه تنها به عنوان یک اقدام شخصی، بلکه به عنوان نشانه‌ای از سرمایه فرهنگی، هم‌راستایی با جریان‌های مدرن و حتی ادعای تعلق به طبقه مرفه تفسیر می‌شود. با این حال، نظریه خودآینه‌سان هشدار می‌دهد که این بازسازی بدن بر اساس بازخوردهای بیرونی می‌تواند چرخه‌ای بی‌پایان از نارضایتی ایجاد کند؛ زیرا آینه‌های اجتماعی در جوامع پرخطر و مصرفی به‌ویژه در عصر دیجیتال همواره در حال تغییر و دستیابی ناپذیر هستند (بک، ۱۹۹۲) فردی که هویتش را بر اساس تصویری تعریف می‌کند که دیگران از او دارند، همواره در معرض تردید، اضطراب و ناامنی هویتی خواهد بود (گیدنز، ۱۹۹۱). بر این اساس جراحی زیبایی یک عمل پزشکی-فرهنگی محسوب می‌شود. جامعه‌شناسی بدن به بررسی چگونگی تأثیر عوامل و نیروهای اجتماعی بر بدن افراد می‌پردازد. به گفته نلتون (۱۹۹۵)، از جمله این عوامل می‌توان به تأثیر پیشرفت‌های فناورانه بر بدن و تلاش‌های افراد اشاره کرد. در جامعه مصرفی، افراد تمایل دارند بدن خود را کنترل، تملک و موقعیت دهی کنند. تغییرات جامعه مدرن سبب شده تا توجه

¹ Goffman

بیشتری به بدن، چگونگی مدیریت، کنترل و درمان آن در جامعه مصرفی امروز معطوف شود. یکی از این رفتارها که در بیشتر جوامع مناسب تلقی می‌شود، جراحی زیبایی است. (متقی و پارسایی مقدم، ۲۰۲۳). جراحی زیبایی اغلب به‌عنوان روشی برای بهبود تعاملات اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. برخی افراد گاهی آن را راهکاری برای برآورده کردن استانداردهای جامعه و جلب توجه یا تحسین می‌دانند (کیاتا و همکاران، ۲۰۲۴). تصویر بدن ابعاد روان‌شناختی پیچیده‌ای از درک و رابطه فرد با بدن خود را در برمی‌گیرد و شامل ادراکات و نگرش‌های فرد نسبت به خود است که افکار، باورها، هیجانات و رفتارهای مرتبط با بدن را شامل می‌کند... گذشته از پیشرفت فناوری جراحی زیبایی و افزایش مقرون‌به‌صرفه بودن آن، عوامل دیگری نیز ممکن است بر دیدگاه زنان نسبت به جراحی زیبایی تأثیرگذار باشند. یکی از این عوامل، ادراک از بدن است که تصویر بدن نامیده می‌شود. بر اساس نظر پاتالای و هاردمن (۲۰۱۹)، تأکید شده است که تصاویر ذهنی اغلب به‌طور ناخودآگاه از طریق تلفیق ادراکات حسی، ایده‌ها و هیجانات شکل گرفته و در طول زندگی فرد تکوین و بازتکوین می‌یابند. در مرحله پویای تحصیلات دانشگاهی، زنان جوان درگیر کشف خود، تعاملات اجتماعی و مواجهه با انبوهی از استانداردهای زیبایی هستند. در این دوره تحول‌آفرین، تصویر بدن به‌عنوان ستون مرکزی خودپنداره آنان ظهور می‌کند. اهمیت آن در چگونگی شکل‌دهی به عزت‌نفس و تعادل هیجانی آنان طنین‌انداز است (احمد و همکاران، ۲۰۲۵). مدل تأثیر سه‌جانبه بر تصویر بدن پیشنهاد می‌کند که فشارهای مرتبط با ظاهر از سوی عوامل اجتماعی-فرهنگی (رسانه‌های جمعی، خانواده و همسالان) می‌توانند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر نارضایتی از بدن و علاقه به جراحی زیبایی تأثیر گذاشته و تمایل بیشتری برای درونی‌سازی معیارهای زیبایی‌شناختی اجتماعی-فرهنگی آرمانی که بر قدرت و عضلانی بودن تأکید دارند، ایجاد می‌کنند. از آنجا که این درونی‌سازی اغلب از نظر خودارزیابی نامطلوب است. منجر به افزایش نارضایتی از بدن و مشارکت بیشتر در راهبردهای هدفمند برای تغییر ظاهر فرد (جراحی زیبایی) می‌شود. قرارگیری در معرض تصاویر غیرواقعی از بدن‌های آرمانی مردانه می‌تواند به درونی‌سازی بیشتر ایده‌آل‌های زیبایی عضلانی منجر شده و به نارضایتی از بدن و توجه به جراحی زیبایی بینجامد. همچنین افراد مهم زندگی می‌توانند پیروی از استانداردهای فیزیکی عضلانی بودن را تقویت کنند. افرادی که احساس می‌کنند همسالانشان برای محبوبیت، ارزش بالایی برای ظاهر فیزیکی قائل هستند و کسانی که اغلب با دوستان در

مورد موضوعات مرتبط با ظاهر بحث می‌کنند، به دلایل اجتماعی بیشتر تمایل به در نظر گرفتن جراحی زیبایی دارند (نرینی و همکاران، ۲۰۲۳).

مطالعات تجربی

الف) خارجی

تسافک ژافک و همکاران (۲۰۲۵)، در تحقیقی با عنوان "تأثیر اجتماعی-همه‌گیرشناختی تقاضای رو به رشد جراحی‌های زیبایی در کشورهای با درآمد کم و متوسط: مورد مطالعه کامرون" نشان می‌دهند که صنعت جهانی جراحی زیبایی در کامرون در حال افزایش بوده و داده‌های ۲۰۰۰ الی ۲۰۲۴ به روش فراتحلیل در پایگاه‌های علمی نشان می‌دهد که مردم به مزایای جراحی زیبایی، مانند افزایش اعتماد به نفس و بهبود تصویری مطلوب از خود علاقه‌مند هستند و دلایل آن نابرابری‌های اجتماعی-اقتصادی، هنجارهای فرهنگی، کلیشه جنسیتی، نابرابری درآمد و نابرابری در زیرساخت‌های بهداشتی و بی‌ثباتی خانوادگی است. ژانگ و همکاران (۲۰۲۴)، در تحقیقی با عنوان "در پی زیبایی: تعیین‌کننده‌های اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی جراحی زیبایی در میان دانشجویان دختر در چین" نشان دادند که جراحی زیبایی تأثیر عمیقی بر سلامت و ابعاد دیگر زندگی دارد. به‌عنوان روشی برای افزایش جذابیت فیزیکی، توجه دانشجویان دختر در چین به آن رو به افزایش است. این مطالعه به روش پیمایش در چین با نمونه ۶۶۵۸ نفر از دختران دانشجو نشان داد که وضعیت اقتصادی-اجتماعی خانواده، تجربه جراحی زیبایی در میان همسالان و قرارگیری در معرض رسانه، همگی با احتمال در نظر گرفتن جراحی زیبایی رابطه مثبت دارند. در حوزه عوامل اقتصادی-کار، مشخص شد که خودارزیابی ظاهر فیزیکی، نمرات تحصیلی بالاتر و درآمد انتظاری پس از فارغ‌التحصیلی با احتمال بیشتر در نظر گرفتن جراحی زیبایی همراه است. کیتا و همکاران (۲۰۲۳)، در تحقیقی با عنوان "مطالعه جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی" نشان دادند که انسان همواره در پی ابداع راه‌هایی برای زیباسازی و بهبود ظاهر جسمانی خود بوده و از طریق ایجاد تغییر در بدن، به ارضای نیاز طبیعی، روانی و اجتماعی خود به زیبایی می‌پردازد. در دهه اخیر، توجه ویژه‌ای به مسائل پزشکی در قالب جامعه‌شناسی پزشکی معطوف شده که یکی از موارد مهم آن، جراحی زیبایی است. در جامعه امروز، به دلایل متعدد و تأکید بر استانداردهای خاص زیبایی (درست یا غلط)، ظاهر از اهمیت بالایی برخوردار شده و بسیاری از افراد به خاطر آن متحمل مشقات فراوان می‌شوند. این تحقیق انگیزه زنان برای

انجام اقدامات زیبایی را به چند دسته کلی الف) انگیزه‌های شخصی (خود-مدار)؛ ب) انگیزه‌های فراشخصی (فرا-خودمدار)؛ ج) خانواده و شرایط خانوادگی و د) شرایط اجتماعی تقسیم نموده که به‌طوری کنش جراحی زیبایی زنان تحت تأثیر ادراک از بدن؛ پذیرش اجتماعی بدن؛ سطح دین‌داری؛ فشارهای اجتماعی؛ اعتمادبه‌نفس؛ مصرف فرهنگی-رسانه‌ای؛ پایگاه اقتصادی-اجتماعی؛ سن؛ وضعیت تأهل (متاهل یا مجرد)؛ تحصیلات و درآمد هستند.

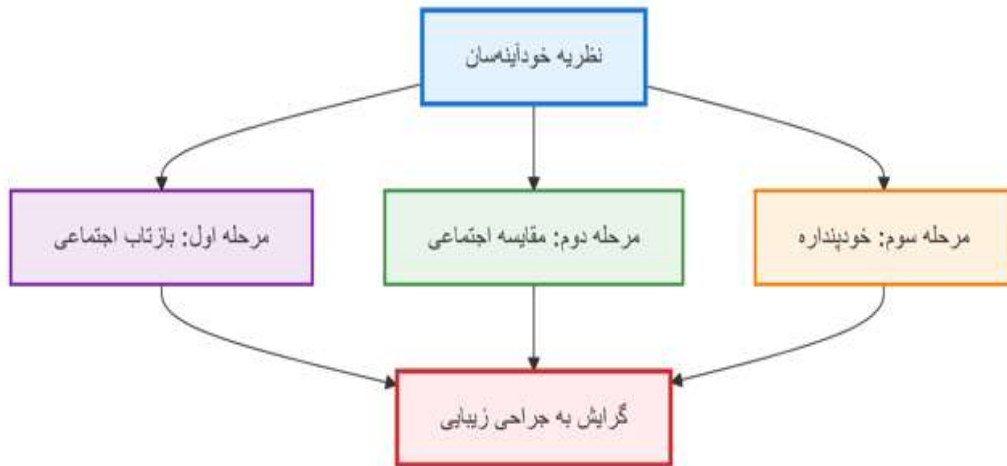
ب) پیشینه داخلی

جدول ۱: خلاصه پیشینه تحقیق

نویسنده	شیوه نمونه‌گیری	جامعه آماری	روش+ابزار	حجم نمونه
رشادی محمدی و همکاران (۱۴۰۴)	در دسترس	زنان مراجعه‌کننده به کلینیک‌های زیبایی شهر اهواز	پیمایش+پرسشنامه	۲۰۰
عبداللهی نیا (۱۴۰۴)	تصادفی ساده	زنان متقاضی جراحی زیبایی مراجعه‌کننده به کلینیک‌های کرمان	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۰
ساداتی و همکاران (۱۴۰۴)	تصادفی ساده	دانشجویان پزشکی دانشگاه علوم پزشکی شیراز	پیمایش+پرسشنامه	۳۵۲
فرخی و همکاران (۱۴۰۴)	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	دانش‌آموزان دختر دوره اول متوسطه شهر یاسوج	پیمایش+پرسشنامه	۳۵۰
زیرراهی (۱۴۰۳)	تصادفی	زنان ۱۸-۵۰ ساله شهرستان دشتستان	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۴
میرآخوری و رحمتی (۱۴۰۳)	در دسترس	زنان مراجعه‌کننده به کلینیک‌های جراحی زیبایی مناطق ۵ و ۶ تهران	پیمایش+پرسشنامه	۲۰۰
دانسته و همکاران (۱۴۰۳)	در دسترس	زنان متقاضی جراحی بینی در بیمارستان شهید رجایی شیراز	پیمایش+پرسشنامه	۱۰۰
بیانی و همکاران (۱۴۰۲)	در دسترس	متقاضیان و غیر متقاضیان جراحی قزوین	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۰
نوروزی و همکاران (۱۴۰۲)	در دسترس	زنان ۱۸-۶۸ ساله شهر کرمانشاه	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۰
احمدی و همکاران (۱۴۰۲)	در دسترس	متقاضیان جراحی زیبایی بیمارستان حضرت فاطمه تهران	پیمایش+پرسشنامه	۱۸۹
باقری و همکاران (۱۴۰۱)	طبقه‌ای	زنان ۱۸-۶۰ ساله ساکن شهر اهواز	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۴
شاه‌امیری (۱۴۰۱)	تصادفی	زنان ۱۸-۴۵ ساله شهر اهواز	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۵

نویسنده	شیوه نمونه‌گیری	جامعه آماری	روش+ابزار	حجم نمونه
	چندمرحله‌ای			
خانجانی و همکاران (۱۴۰۱)	در دسترس	نوجوانان ۱۴-۱۸ ساله مدارس تبریز	پیمایش+پرسشنامه	۳۵۷
کاظمی رضایی و همکاران (۱۴۰۱)	دسترس	زنان مراجعه‌کننده به کلینیک‌های جراحی زیبایی شهر تهران	پیمایش+پرسشنامه	۱۳۳
حسینی‌فر و عباسی (۱۳۹۹)	تصادفی طبقه‌ای	زنان و دختران ۱۵-۶۵	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۵
عباسی و همکاران (۱۳۹۹)	هدفمند غیر احتمالی	جوان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۱۰
نیکنام و همکاران (۱۳۹۸)	هدفمند غیر احتمالی	زنان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۱۰۰
هرندی و همکاران (۱۳۹۸)	در دسترس	مراجعه‌کنندگان متقاضی جراحی زیبایی تهران	پیمایش+پرسشنامه	۳۶۰
صفری‌شالی (۱۳۹۸)	تصادفی طبقه‌ای	زنان ۱۵-۵۴ ساله ساکن شهر ملایر	پیمایش+پرسشنامه	۶۵۶
هاشمی و جمشیدی (۱۳۹۸)	تصادفی	زنان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۳۶۰
حاجی ابول‌لو و همکاران (۱۳۹۷)	در دسترس	زنان رشتی	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۳
حسینی و همکاران (۱۳۹۷)	در دسترس	زنان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۱۰۰
ذوقی پایدار و همکاران (۱۳۹۷)	در دسترس	زنان و مردان جوان همدانی	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۰
فتاحی و همکاران (۱۳۹۷)	در دسترس	زنان کرمانشاهی	پیمایش+پرسشنامه	۱۵۰
عنایت و همکاران (۱۳۹۶)	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	زنان شیرازی	پیمایش+پرسشنامه	۴۰۰
کاظمی و همکاران (۱۳۹۶)	طبقه‌ای متناسب	زنان همدانی	پیمایش+پرسشنامه	۳۴۰
پیراهری و بیداران (۱۳۹۵)	تصادفی ساده	زنان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۱۸۳
عباسی و همکاران (۱۳۹۵)	طبقه‌ای تصادفی	زنان و مردان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۵۴۶

نویسنده	شیوه نمونه‌گیری	جامعه آماری	روش+ابزار	حجم نمونه
میرحسینی و همکاران (۱۳۹۵)	در دسترس	زنان و مردان یزدی	پیمایش+پرسشنامه	۱۲۶
عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)	طبقه‌ای تصادفی	زنان تبریزی	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۵
طهماسبی و همکاران (۱۳۹۳)	تصادفی طبقه‌ای	دانشجویان دختر شهرکرد	پیمایش+پرسشنامه	۲۹۶
اسدی و همکاران (۱۳۹۲)	در دسترس	زنان و مردان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۴۰
اعتمادی فرد و امانی (۱۳۹۲)	هدفمند	زنان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۳۰
توسلی و مدیری (۱۳۹۱)	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	زنان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۴۲۶
خانجانی و همکاران (۱۳۹۱)	در دسترس	زنان ارومیه	پیمایش+پرسشنامه	۱۲۴
عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۱)	تصادفی طبقه‌ای	زنان تبریزی	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۵
میرساردو و همکاران (۱۳۹۰)	در دسترس	زنان ۱۸-۶۰ ساله مراجعه‌کننده به بیمارستان‌های کرج	پیمایش+پرسشنامه	۱۴۸
مختاری و عنایت (۱۳۹۰)	هدفمند	زنان شیرازی	پیمایش+پرسشنامه	۲۴
کیوان‌آرا و همکاران (۱۳۸۹)	تصادفی ساده	زنان و مردان اصفهانی	پیمایش+پرسشنامه	۱۴۰
نوغانی و همکاران (۱۳۸۹)	هدفمند غیر احتمالی	زنان مشهدی	پیمایش+پرسشنامه	۸۰
میرساردو و همکاران (۱۳۸۹)	تصادفی ساده	زنان کرجی	پیمایش+پرسشنامه	۱۴۸
موسوی‌زاده و همکاران (۱۳۸۸)	سرشماری تمام‌شمار	بیماران زن مراجعه‌کننده به بیمارستان ۱۵ خرداد		۷۵
ساروی و قلعه‌بندی (۱۳۸۳)	تصادفی	زنان و مردان تهرانی	پیمایش+پرسشنامه	۱۰۷



شکل ۱: الگوی نظری تحقیق

روش پژوهش

در این پژوهش از روش فراتحلیل کمی به منظور تلفیق یافته‌های تجربی مطالعات داخلی مرتبط با گرایش به جراحی زیبایی در بازه زمانی ۱۳۸۳ تا ۱۴۰۴ استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شامل ۵۵ مطالعه مستقل که از میان این مطالعات، پس از اعمال دقیق معیارهای ورود و خروج، ۴۵ سند علمی واجد شرایط نهایی شناخته شده و در تحلیل آماری نهایی لحاظ گردیدند. معیارهای ورود شامل: الف) مطالعات کمی (پیمایشی، همبستگی، توصیفی-استنباطی)، ب) ارائه آماره‌های ضریب همبستگی یا آماره‌های قابل تبدیل به آن (مانند مقدار F ، t یا χ^2)، ج) متمرکز بودن بر متغیرهای روانی، اجتماعی، اقتصادی یا فرهنگی مؤثر بر تمایل به جراحی زیبایی و د) دسترسی به متن کامل اسناد بود. معیارهای خروج نیز شامل عدم شفافیت روش‌شناختی، استفاده از روش‌های کیفی خالص، مطالعات اسنادی و نظری، تکرار محتوای مطالعات قبلی بدون داده‌های جدید و عدم ارائه اطلاعات آماری کافی برای استخراج اندازه اثر بود. شیوه نمونه‌گیری به صورت هدفمند با جست‌وجوی ساختاریافته در پایگاه‌های علمی معتبر داخلی (MagIran، SID، Noormags و پایگاه دانشگاهی) و بازبینی فهرست منابع مطالعات واجد شرایط، مطالعات منطبق بر معیارها انجام گرفت. مراحل اجرای پژوهش به ترتیب شامل: ۱) تدوین پرسش تحقیق، ۲) جست‌وجوی سیستماتیک ادبیات، ۳) غربالگری اولیه و نهایی مطالعات، ۴) استخراج داده‌ها و کدگذاری متغیرهای کلیدی، ۵) محاسبه اندازه اثر استاندارد شده (r) در هر مطالعه و ۶) ترکیب

اندازه‌های اثر با روش اثر تصادفی بود. به‌منظور تعیین اندازه اثر کلی، از ضریب کوهن (Cohen's d) و برای بررسی رابطه بین متغیرهای میانجی و وابسته از آزمون فیشر (F) استفاده شد. تحلیل‌های آماری با نرم‌افزار CMA3¹ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی حاصل از تحلیل ثانویه ۴۵ مطالعه داخلی (۱۳۸۳-۱۴۰۴) در حوزه گرایش به جراحی زیبایی نشان می‌دهد که بیشترین سهم از جامعه آماری را زنان ۱۸ تا ۴۵ ساله (۶۸,۹٪) تشکیل می‌دهند که عمدتاً از شهرهای بزرگی مانند تهران، اهواز، شیراز و کرج انتخاب شده‌اند. از لحاظ وضعیت تأهل، ۵۷,۳٪ از شرکت‌کنندگان متأهل و ۴۲,۷٪ مجرد بودند. از نظر سواد، بیش از ۷۶٪ دارای تحصیلات دیپلم به بالا بودند که نشان‌دهنده شیوع این پدیده در میان جوانان تحصیل کرده است. از میان کل مطالعات، ۳۲ مورد (۷۱,۱٪) از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده کردند که این امر نشان از غلبه طرح‌های پیمایشی غیر احتمالی در این حوزه دارد. همچنین، ۱۳ مطالعه (۲۸,۹٪) از روش‌های احتمالی مانند نمونه‌گیری تصادفی ساده، خوشه‌ای چندمرحله‌ای یا طبقه‌ای بهره گرفتند. از دیدگاه روش‌شناختی، تمامی مطالعات (۱۰۰٪) از پرسشنامه به‌عنوان ابزار اصلی جمع‌آوری داده استفاده نموده‌اند. از منظر حجم نمونه، میانگین شرکت‌کنندگان در مطالعات حدود ۲۹۰ نفر بوده و تنها ۸ مطالعه (۱۷,۸٪) نمونه‌ای بالاتر از ۳۵۰ نفر داشته‌اند؛ درحالی‌که ۷ مطالعه (۱۵,۶٪) حتی حجم نمونه‌شان از ۱۰۰ نفر نیز کمتر بوده است. این یافته‌ها حاکی از آن است که تحقیقات انجام‌شده در این حوزه عمدتاً کمی، مقطعی و پیمایشی بوده و بر جوامع شهری و زنان جوان متمرکز شده‌اند؛ همچنین، بیشتر مطالعات دارای طرح‌های روش‌شناختی مبتنی بر دسترسی آسان و پایین هزینه هستند که ممکن است بر تعمیم‌پذیری یافته‌ها تأثیرگذار باشد. در مجموع، این الگوی توصیفی نشان می‌دهد که پژوهش‌های ایرانی در این حوزه هنوز از تنوع جغرافیایی، جنسیتی و طبقاتی لازم برخوردار بوده و جهت سنجش دقیق پدیده جراحی زیبایی به نمونه‌های واقعی (گروه‌های مراجعه‌کننده به کلینیک‌های زیبایی) متمرکز شده‌اند.

¹ Comprehensive Meta-Analysis ۳

جدول ۲: دلایل اجتماعی

متغیرها	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	Z	sig
آنومی اجتماعی	0.42	0.36	0.48	8.74	0.001
محرومیت نسبی	0.38	0.32	0.44	7.91	0.002
بی‌سازمانی خانوادگی	0.31	0.25	0.37	6.45	0.001
سرمایه اجتماعی	-0.27	-0.33	-0.21	-5.82	0.000

نتایج جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که:

- بین آنومی اجتماعی ($r = 0.42$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. هرچه احساس بی‌معنایی، بی‌جهتی و بی‌نظامی اجتماعی در فرد بیشتر باشد، تمایل او به جراحی زیبایی به‌طور معناداری افزایش می‌یابد. این یافته نشان می‌دهد که جراحی زیبایی ممکن است به‌عنوان راهکاری برای بازیابی کنترل یا هویت در شرایط ناپایدار اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.
- بین محرومیت نسبی ($r = 0.38$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. افرادی که خود را در مقایسه با دیگران محروم‌تر از فرصت‌ها، ظاهر یا جایگاه اجتماعی می‌دانند، تمایل بیشتری به جراحی زیبایی دارند. این رابطه مستقیم نشان می‌دهد که جراحی زیبایی گاهی ابزاری برای کاهش شکاف درک شده با دیگران است.
- بین بی‌سازمانی خانوادگی ($r = 0.31$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. وجود بحران‌های خانوادگی، ناپایداری عاطفی یا فقدان ساختار منسجم در خانواده، با افزایش گرایش به جراحی زیبایی همراه است؛ احتمالاً چون فرد در جست‌وجوی تأیید بیرونی برای جبران کمبودهای درون خانوادگی است.
- بین سرمایه اجتماعی ($r = -0.27$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. افرادی که دارای شبکه‌های اجتماعی پایدار، حمایت اجتماعی و اعتماد متقابل هستند، تمایل کمتری به جراحی زیبایی دارند. به‌عبارت‌دیگر، سرمایه اجتماعی به‌عنوان عامل محافظتی در برابر فشارهای مربوط به ظاهر عمل می‌کند.

ب) دلایل فرهنگی

جدول ۳: دلایل فرهنگی

متغیرها	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	Z	sig
مصرف رسانه‌ای	0.46	0.40	0.52	9.63	0.001
سواد رسانه‌ای	-0.33	-0.39	-0.27	-7.12	0.000
فرهنگ و هنجار پدرسالاری	0.29	0.23	0.35	6.02	0.004
سبک زندگی دینی	-0.36	-0.42	-0.30	-7.78	0.001
نوگرایی	0.24	0.18	0.30	4.95	0.002
سطح تحصیلات	0.18	0.12	0.24	3.68	0.001

بر این اساس جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که:

- بین مصرف رسانه‌ای ($r = 0.46$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. قرارگرفته مداوم در معرض رسانه‌های تصویر محور (به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات) به‌طور قوی با گرایش به جراحی زیبایی مرتبط است؛ چراکه این رسانه‌ها استانداردهای غیرواقعی زیبایی را ترویج می‌دهند.
- بین سواد رسانه‌ای ($r = -0.33$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. افرادی که توانایی تحلیل انتقادی محتوای رسانه‌ای را دارد، کمتر تحت تأثیر استانداردهای ظاهری قرارگرفته و بنابراین گرایش کمتری به جراحی زیبایی نشان می‌دهد.
- بین فرهنگ و هنجار پدرسالاری ($r = 0.29$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است در جوامعی که زیبایی زنان تحت نظارت و ارزش‌گذاری مردانه قرار دارد، تمایل به جراحی زیبایی افزایش می‌یابد؛ زیرا زنان برای کسب تأیید و مشروعیت اجتماعی، خود را مطابق با آرمان‌های مردسالارانه شکل می‌دهند.
- بین سبک زندگی دینی ($r = -0.36$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. افرادی که سبک زندگی دینی‌تری دارند، تمایل کمتری به جراحی زیبایی دارند. این یافته می‌تواند ناشی از تأکید ادیان بر پذیرش ذات و مقاومت در برابر مصرف‌گرایی و ظاهرگرایی باشد.
- بین نوگرایی ($r = 0.24$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است گرایش به پذیرش ارزش‌ها و شیوه‌های زندگی مدرن و غربی با افزایش تمایل به جراحی زیبایی همراه است.

- بین سطح تحصیلات ($r = 0.18$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است - اگرچه رابطه مثبت است، اما ضعیف‌تر از سایر متغیرهاست. با این حال، نشان می‌دهد که تحصیلات بالاتر به‌ویژه در محیط‌های شهری ممکن است به دلیل افزایش آگاهی از استانداردهای جهانی زیبایی یا فشار همسالان، تمایل به جراحی را افزایش دهد.

ج) دلایل اقتصادی

جدول ۴: دلایل اقتصادی

متغیرها	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	Z	sig
پایگاه طبقاتی-اجتماعی	0.26	0.20	0.32	5.37	0.001
سرمایه اقتصادی	0.21	0.15	0.27	4.29	0.001
هویت شغلی	0.19	0.13	0.25	3.87	0.000
میزان درآمد	0.15	0.09	0.21	2.98	0.003

بر این اساس نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که:

- بین پایگاه طبقاتی-اجتماعی ($r = 0.26$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. افرادی که خود را در طبقات بالاتر یا متوسط جامعه می‌بینند، تمایل بیشتری به جراحی زیبایی دارند. این پدیده ممکن است ناشی از سرمایه‌گذاری در ظاهر به‌عنوان نماد طبقاتی یا تمایل به هم‌راستایی با هویت طبقه‌ای باشد.

- بین سرمایه اقتصادی ($r = 0.21$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است. دسترسی به منابع مالی امکان انجام جراحی‌های پرهزینه را فراهم می‌کند و بنابراین با گرایش به جراحی زیبایی رابطه مستقیم دارد.

- بین هویت شغلی ($r = 0.19$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است افرادی که در مشاغل فعالیت دارند که ظاهر فیزیکی در آن‌ها اهمیت دارد (مانند هنر، خدمات یا فروش)، تمایل بیشتری به جراحی زیبایی نشان می‌دهند.

- بین میزان درآمد: ($r = 0.15$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است - اگرچه رابطه مثبت است، اما ضعیف‌ترین رابطه در میان متغیرهای اقتصادی است. این نشان می‌دهد که درآمد تنها به‌تنهایی عامل تعیین‌کننده نیست، بلکه در تعامل با سایر عوامل (مانند طبقه یا سبک زندگی) اثرگذار است.

جدول ۵: دلایل روانی

متغیرها	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	Z	sig
احساس حقارت	0.51	0.45	0.57	10.52	0.001
کسب منزلت-مقبولیت	0.44	0.38	0.50	9.15	0.002
سرمایه روان‌شناختی	-0.39	-0.45	-0.33	-8.36	0.001
تنوع‌طلبی فردی	0.22	0.16	0.28	4.53	0.003
کلیشه‌های جنسیتی	0.34	0.28	0.40	7.04	0.000

نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که:

- بین احساس حقارت ($r = 0.51$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده گرایش به جراحی زیبایی است. افرادی که احساس پایین‌تر بودن از دیگران را دارند، جراحی زیبایی را به‌عنوان راهی برای ارتقای وضعیت روانی و اجتماعی خود می‌بینند.

- بین کسب منزلت-مقبولیت ($r = 0.44$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است تمایل به دستیابی به تأیید اجتماعی، تحسین و افزایش جذابیت اجتماعی، انگیزه قوی برای جراحی زیبایی است.

- بین سرمایه روان‌شناختی ($r = -0.39$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است این متغیر شامل عزت‌نفس، خودکارآمدی و تنظیم هیجانی می‌شود. افرادی که از این منابع روانی برخوردارند، تمایل کمتری به تغییر ظاهر دارند، چراکه ارزش خود را مستقل از ظاهر می‌دانند.

- بین تنوع‌طلبی فردی ($r = 0.22$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است برخی افراد جراحی زیبایی را به‌عنوان بخشی از کشف خود، تجربه نو یا بیان هویت فردی انتخاب می‌کنند.

- بین کلیشه‌های جنسیتی ($r = 0.34$) و گرایش به جراحی زیبایی رابطه معنی‌داری داشته است باور به نقش‌های سنتی جنسیتی با افزایش گرایش به جراحی زیبایی همراه است.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با رویکرد فراتحلیل کمی و با تکیه بر چارچوب نظریه خودآینه‌سان کولی (۱۹۰۲)، به تلفیق نظام‌مند یافته‌های ۴۵ مطالعه تجربی داخلی در بازه ۱۳۸۳ تا ۱۴۰۴ پرداخته تا الگوهای چندبعدی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران را شناسایی و تبیین کند. نظریه خودآینه‌سان با تأکید بر شکل‌گیری «خود» و تصویر بدن از طریق بازخوردهای ادراک‌شده از «دیگران»، چارچوب مفهومی مناسبی برای فهم جراحی زیبایی به‌عنوان عملی نمادین در جهت تطبیق «خود واقعی» با «خود ایده‌آل» بازتاب‌یافته از آینه‌های اجتماعی (رسانه، فرهنگ، خانواده، گروه همسالان) فراهم می‌کند. یافته‌ها مؤید آن است که گرایش به جراحی زیبایی پدیده‌ای تک‌عاملی نیست، بلکه برآیند پیچیده‌ای از تعامل عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و روانی است که همگی در پرتو فرآیند خودآینه‌سان معنادار می‌شوند. بر این اساس تحقیق حاضر نشان داد که:

الف) اجتماعی

یافته‌های فراتحلیل نشان داد که عوامل اجتماعی با سازوکارهای مرتبط با گسست هنجاری و حمایتی، نقش مهمی در گرایش به جراحی زیبایی ایفا می‌کنند. این عوامل بازتاب‌دهنده شرایطی هستند که در آن «آینه‌های اجتماعی» سنتی (مانند خانواده و جامعه منسجم) دچار آشفتگی یا ضعف شده‌اند و فرد را در جست‌وجوی تأیید و هویت از طریق تغییر بدن قرار می‌دهند. آنومی اجتماعی ($r = 0.42$)؛ قوی‌ترین رابطه در بین عوامل اجتماعی است. احساس بی‌هنجاری، بی‌جهتی و بی‌معنایی در سطح جامعه، فرد را با فقدان معیارهای روشن برای خودارزیابی مواجه می‌سازد. در چنین شرایطی، استانداردهای ظاهری تبلیغ‌شده توسط رسانه‌ها و بازار زیبایی، به‌عنوان «آینه‌های» جایگزین و ساده‌شده، نقش تعیین‌کننده‌ای پیدا می‌کنند. فرد برای بازیابی احساس کنترل و معناداری، بدن خود را مطابق با این استانداردهای به‌ظاهر عینی و قابل‌دسترس تغییر می‌دهد. محرومیت نسبی ($r = 0.38$) مستقیماً با فرآیند مقایسه اجتماعی در نظریه خودآینه‌سان مرتبط است. هنگامی که فرد خود را در مقایسه با «دیگران» مهم (در شبکه‌های اجتماعی واقعی یا مجازی) از نظر جذابیت، فرصت‌ها یا منزلت، محروم می‌بیند، احساس نابرابری و کمبود شکل می‌گیرد. جراحی زیبایی به‌عنوان یک راهبرد جبرانی برای کاهش این شکاف درک شده و دستیابی به بازخورد مثبت‌تر از آینه اجتماعی عمل می‌کند.

بی‌سازمانی خانوادگی ($r = 0.31$) نشان می‌دهد که خانواده به‌عنوان نخستین و مهم‌ترین «آینه» شکل‌دهنده خودپنداره و تصویر بدن است. ناپایداری عاطفی، تعارض و فقدان ساختار حمایتی در خانواده (بی‌سازمانی)، منجر به کمبود تأیید درونی و امنیت هیجانی می‌شود. در نتیجه، فرد برای کسب تأیید و ارزشمندی، به‌صورت افراطی به بازخوردهای بیرونی (همسالان، رسانه‌ها) متوسل شده و جراحی زیبایی را راهی برای جبران این کمبود و دریافت بازتاب‌های مطلوب‌تر می‌داند. سرمایه اجتماعی ($r = -0.27$) نقش محافظتی شبکه‌های اجتماعی قوی و مبتنی بر اعتماد را نشان می‌دهد. افرادی که از حمایت اجتماعی، پذیرش غیرشرطی و روابط معنادار برخوردارند، کمتر نیازمند بازتعریف هویت و تصویر بدن خود از طریق تغییر فیزیکی مبتنی بر استانداردهای بیرونی هستند. سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک «آینه واقع‌نگر و حمایت‌گر»، عزت‌نفس را تقویت کرده و فشار برای انطباق با ایده‌آل‌های غیرواقعی را کاهش می‌دهد.

ب) فرهنگی

عوامل فرهنگی، به‌ویژه آن‌هایی که مرتبط با نهادهای تولید و انتقال ایده‌آل‌های زیبایی هستند، قوی‌ترین مجموعه تأثیرگذار بر گرایش به جراحی زیبایی را تشکیل می‌دهند. این عوامل به‌طور مستقیم در شکل دادن به «آینه‌های اجتماعی» ایده‌آل‌ساز و تعیین‌کننده «خود ایده‌آل» نقش دارند. مصرف رسانه‌ای ($r = 0.46$) تصویرمحور (شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات، سریال‌ها) به‌عنوان کارآمدترین و همه‌جا حاضرترین آینه‌های اجتماعی در دوران معاصر عمل می‌کنند. آن‌ها به‌طور مداوم و با تکرار، استانداردهای همگن، غیرواقعی و اغلب دست‌نیافتنی از زیبایی را بازتاب می‌دهند. فرد با مقایسه مداوم تصویر خود با این بازتاب‌های ایده‌آل‌شده، به عدم تطابق و نارضایتی از بدن خود می‌رسد و جراحی را راهی برای نزدیک شدن به آن تصویر آرمانی می‌پندارد. سواد رسانه‌ای ($r = -0.33$) به‌عنوان یک عامل بازدارنده و تعدیل‌کننده عمل می‌کند. سواد رسانه‌ای، توانایی تحلیل انتقادی، رمزگشایی و درک اهداف تجاری و ایدئولوژیک پشت محتوای رسانه‌ای را فراهم می‌سازد. فردی که از سواد رسانه‌ای برخوردار است، می‌تواند آینه‌های رسانه‌ای را به‌عنوان بازتاب‌هایی تحریف‌شده، گزینشی و تجاری‌شده تشخیص دهد. در نتیجه، کمتر تحت تأثیر آن‌ها قرار گرفته و گرایش کمتری به جراحی زیبایی به‌عنوان راه‌حلی برای مشکلاتی که رسانه‌ها بر ساخته‌اند، نشان می‌دهد. در چارچوب فرهنگ و هنجار پدرسالاری ($r = 0.29$)، «آینه اجتماعی» اصلی، نگاه و ارزش‌گذاری مردانه است. در جوامعی با ساختارهای

پدرسالارانه، زیبایی زنانه اغلب مطابق با معیارها و آرزوهای مردانه تعریف و کنترل می‌شود. جراحی زیبایی برای بسیاری از زنان، راهبردی برای کسب تأیید، مقبولیت و قدرت نمادین درون این نظام ارزشی است. آن‌ها با تغییر بدن خود، سعی در انطباق با آرمان‌های زیبایی بازتاب یافته از این آینه مردسالار دارند تا جایگاه اجتماعی خود را ارتقا دهند. سبک زندگی دینی ($r = -0.36$) مبتنی بر آن، اغلب سیستم ارزشی جایگزین و آینه متفاوتی برای خودارزیابی ارائه می‌دهد. این سیستم، تأکید بر ارزش ذاتی فرد، تقوا، باطن و پذیرش بدن به‌عنوان امانت الهی است. این نگرش، تأثیر آینه‌های اجتماعی مصرف‌گرا و ظاهر محور را خنثی یا کاهش می‌دهد و فرد را به سمت منبعی درونی‌تر برای عزت‌نفس و هویت سوق می‌دهد. در نتیجه، تمایل کمتری برای تغییر بدن مطابق با استانداردهای دنیوی ایجاد می‌کند. نوگرایی ($r = 0.24$) و سطح تحصیلات ($r = 0.18$) این دو متغیر رابطه مثبت اما نسبتاً ضعیف‌تری نشان دادند. نوگرایی، نشان‌دهنده تمایل به پذیرش ارزش‌ها و سبک‌های زندگی مدرن و جهانی‌شده است که در آن، بدن به پروژه‌ای برای ساخت و نمایش فردیت تبدیل می‌شود. تحصیلات بالاتر، به‌ویژه در محیط‌های شهری، می‌تواند هم‌زمان فرد را بیشتر در معرض گفتمان‌های جهانی زیبایی (آینه‌های جهانی) قرار داده و هم منابع مالی و شناختی لازم برای اقدام به جراحی را فراهم کند. با این حال، ضریب پایین‌تر تحصیلات ممکن است نشان‌دهنده این باشد که تحصیلات به‌خودی‌خود یک عامل تعیین‌کننده قوی نیست، بلکه محیط اجتماعی و فرهنگی همراه با تحصیلات (مانند فشار همسالان تحصیل کرده یا مشاغل مرتبط با ظاهر) است که اثرگذار است.

ج) اقتصادی

عوامل اقتصادی عمدتاً نقش تسهیل‌کنندگی و زمینه‌سازی را برای تحقق تمایل ناشی از عوامل روانی-اجتماعی ایفا می‌کنند. پایگاه طبقاتی-اجتماعی ($r = 0.26$) فراتر از درآمد صرف، به موقعیت و پرستیژ اجتماعی اشاره دارد. در جامعه مصرفی، بدن و ظاهر به یکی از نشانه‌های مهم «تمایز» طبقاتی تبدیل شده است. جراحی زیبایی می‌تواند به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری نمادین برای ابراز تعلق به طبقات بالاتر یا متوسط رو به بالا و جبران کمبودهای دیگر سرمایه (مانند سرمایه فرهنگی اصیل) عمل کند. افراد، بدن خود را مطابق با استانداردهای زیبایی طبقات مرفه‌تر (که از طریق آینه‌های رسانه‌ای بازتاب می‌یابد) شکل می‌دهند تا موقعیت اجتماعی خود را تثبیت یا ارتقا دهند. سرمایه اقتصادی ($r = 0.21$) و میزان درآمد ($r = 0.15$)

امکان مادی دسترسی به خدمات جراحی زیبایی را فراهم می‌کنند. بدون منابع مالی کافی، حتی قوی‌ترین تمایل‌های روانی-اجتماعی ممکن است به عمل منجر نشود. ضریب نسبتاً پایین‌تر میزان درآمد (در مقایسه با پایگاه) نشان می‌دهد که صرف داشتن درآمد بالا لزوماً منجر به گرایش بیشتر نمی‌شود، بلکه چگونگی مصرف درآمد و نظام ارزشی حاکم بر آن (که توسط پایگاه طبقاتی و عوامل فرهنگی شکل می‌گیرد) تعیین‌کننده‌تر است. هویت شغلی ($r = 0.19$) در مشاغلی که ظاهر فیزیکی جزئی از سرمایه حرفه‌ای محسوب می‌شود (مانند مدلینگ، بازیگری، مهمانداری، فروش)، بدن به یک ابزار کاری تبدیل می‌شود. در این مشاغل، «آینه اجتماعی» به شکل مستقیم‌تری در قالب رضایت مشتری، تمجید همکاران یا دستورات کارفرما عمل می‌کند. حفظ و ارتقای ظاهر مطابق با استانداردهای رایج در آن حرفه، به یک ضرورت شغلی تبدیل شده و گرایش به جراحی زیبایی را افزایش می‌دهد.

د) روانی

این دسته از عوامل، به فرآیندهای درونی میانجی بین بازخوردهای آینه‌های اجتماعی و تصمیم به عمل جراحی می‌پردازند. آن‌ها نحوه برونی‌سازی، تفسیر و واکنش هیجانی فرد به بازتاب‌های ادراک‌شده را شکل می‌دهند. احساس حقارت ($r = 0.51$) قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده در کل پژوهش بوده و ارتباط عمیقی با نظریه خودآینه‌سان دارد. احساس حقارت، حاصل تفسیر منفی و پایدار از بازخوردهای ادراک‌شده از دیگران است. فرد به این باور می‌رسد که در مقایسه با استانداردهای بازتاب‌یافته در آینه‌های اجتماعی، «کم‌ارزش‌تر»، «ناقص‌تر» یا «نازیباتر» است. جراحی زیبایی در اینجا به‌عنوان یک راهبرد جبرانی افراطی برای غلبه بر این احساس عمیق کمبود و کسب عزت‌نفس از طریق تغییر محسوس منبع حقارت (بدن) ظهور می‌کند. کسب منزلت-مقبولیت ($r = 0.44$) مستقیماً از مرحله سوم نظریه خودآینه‌سان (واکنش عاطفی به قضاوت دیگران) نشأت می‌گیرد. تمایل شدید به دریافت تأیید، تحسین و پذیرش اجتماعی، محرک اصلی است. فرد بر این امید است که با تغییر ظاهر خود مطابق با ایده‌آل‌های رایج، بازخوردهای مثبت‌تری دریافت کند و در نتیجه، «خود» اجتماعی‌اش را ارتقا دهد. جراحی، سرمایه‌گذاری برای تبدیل بازتاب‌های منفی یا خنثی به بازتاب‌های مثبت در آینه اجتماعی است. سرمایه روان‌شناختی ($r = -0.39$) شامل عزت‌نفس، خودکارآمدی، خوش‌بینی و تاب‌آوری است که به‌عنوان یک منبع درونی مقاومت عمل می‌کند. فردی با سرمایه روان‌شناختی بالا، ارزش خود را

وابسته به بازتاب‌های ناپایدار و بیرونی نمی‌داند. بلکه دارای آینه درونی مستحکم‌تری است که کمتر تحت تأثیر تحریف‌های آینه‌های اجتماعی بیرونی قرار می‌گیرد. چنین فردی قادر است استانداردهای زیبایی تحمیل‌شده را به چالش کشیده و بدن خود را بدون نیاز به تغییرات رادیکال بپذیرد. کلیشه‌های جنسیتی ($r = 0.34$) درونی‌سازی باورهای سنتی درباره نقش‌ها و ویژگی‌های «زنانه» و «مردانه» ایده‌آل، آینه‌های از پیش تعریف‌شده‌ای را در ذهن فرد نهادینه می‌کند و یک چارچوب سفت‌وسخت برای خودارزیابی ایجاد می‌کند. انحراف از این کلیشه‌ها، به‌منزله بازتاب منفی از این آینه درونی شده تفسیر شده و تمایل به جراحی برای انطباق با آن را افزایش می‌دهد. تنوع‌طلبی فردی ($r = 0.22$) نشان‌دهنده وجهی از جراحی زیبایی است که می‌تواند فراتر از جبران کمبود، به‌عنوان بیان فعالانه هویت و تجربه‌گری در نظر گرفته شود. در این حالت، فرد ممکن است بدن را به‌عنوان بوم نقاشی یا پروژه‌ای برای کشف و ابراز جنبه‌های مختلف خود در نظر بگیرد. با این حال، حتی این میل به تنوع، اغلب تحت تأثیر دامنه انتخاب‌هایی است که توسط گفتمان‌های مسلط زیبایی (آینه‌های اجتماعی) تعریف و محدود شده‌اند.

نتیجه‌گیری نهایی این پژوهش در پرتو نظریه خودآینه‌سان، حاکی از آن است که گرایش به جراحی زیبایی در ایران، در وهله نخست پاسخی به بحران در فرآیند بازتاب‌یابی هویت و تصویر بدن است. در شرایط تعامل پیچیده عوامل اجتماعی (آنومی، محرومیت)، فرهنگی (هجوم رسانه‌ای، پدرسالاری) و اقتصادی (نابرابری، مصرف‌گرایی)، آینه‌های اجتماعی سنتی و حمایتگر (خانواده منسجم، جامعه با هنجارهای پایدار، ارزش‌های دینی) تضعیف یا تحریف می‌شوند. در خلأ ایجادشده، آینه‌های قدرتمند جدید (رسانه‌های جهانی، بازار زیبایی، استانداردهای طبقاتی) قرار می‌گیرند که بازتاب‌هایی یک‌سویه، ایده‌آل‌شده و اغلب غیرواقعی ارائه می‌دهند. فرد، به‌ویژه زن جوان در جامعه شهری ایران، خود را از طریق این آینه‌های تحریف‌کننده می‌بیند و به دلیل ضعف عوامل محافظتی (سرمایه اجتماعی و روانی بالا، سواد رسانه‌ای، سبک زندگی دینی)، بازتاب خود را منفی، ناکافی یا نامطلوب تفسیر می‌کند. این تفسیر، به احساساتی چون حقارت، نارضایتی از بدن و میل شدید به کسب منزلت می‌انجامد. در نهایت، اگر زمینه اقتصادی-طبقاتی نیز فراهم باشد، جراحی زیبایی به‌عنوان کاربردی‌ترین و ملموس‌ترین راه‌حل برای تغییر این بازتاب منفی و دستیابی به بازتابی مثبت‌تر از همان آینه‌های اجتماعی مسلط انتخاب می‌شود؛ بنابراین، جراحی زیبایی کمتر یک انتخاب آزادانه زیبایی‌شناختی و بیشتر تطابقی استراتژیک و گاه اجباری با نظام بازتاب‌های هویتی در جامعه‌ای در حال گذار است.

که در آن بدن به مهم‌ترین عرصه برای جبران کمبودهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و روانی تبدیل شده است. این چرخه ممکن است با دست‌نیافتی بودن استانداردهای این آینه‌ها و تغییر مداوم آن‌ها، به یک «اعتیاد هنجاری» و دور باطل بینجامد.

منابع

- اسدی، مینا؛ صالحی، منصور؛ صدوقی، محمود؛ افخم ابراهیمی، عزیزه. ۱۳۹۲. «عزت‌نفس و نگرش به‌ظاهر بدنی پیش و پس از عمل جراحی زیبایی بینی»، روان‌پزشکی و روانشناسی بالینی ایران، سال ۱۹، شماره ۱، بهار، صص ۲۸-۳۳.
- اعتمادی فرد، سید مهدی؛ امانی، ملیحه. ۱۳۹۲. «مطالعه جامعه‌شناختی انگیزه زنان از گرایش به جراحی‌های زیبایی»، پژوهش‌نامه زنان، سال ۴، شماره ۲، پاییز و زمستان، صص ۲۲ - ۱.
- بلالی، اسماعیل؛ افشارکهن، جواد. ۱۳۸۹. «زیبایی و پول: آرایش و جراحی»، مطالعات راهبردی زنان، سال ۱۲، شماره ۴۲، صص ۹۹-۱۴۰.
- پیرراهری، نیر؛ بیداران، صنم. ۱۳۹۵. «عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش زنان به جراحی زیبایی»، زن و جامعه، سال ۸، شماره ۴، زمستان، صص ۲۴۶ - ۲۲۹.
- توسلی غلام‌عباس. ۱۳۹۱. «بررسی گرایش زنان به جراحی زیبای در شهر تهران»، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، شماره ۱، صص ۸۲-۶۱.
- حاجی ابول‌لو، کبری؛ حلاج‌زاده، هدی؛ مسعودنیا، ابراهیم. ۱۳۹۷. «مقایسه سرمایه فرهنگی بین دو گروه زنان با سابقه عمل‌های جراحی زیبایی و بدون انجام جراحی زیبایی در شهر رشت»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۹، شماره پیاپی (۷۲)، شماره ۴، صص ۱۸۲ - ۱۶۷.
- حسینی، زهرا؛ کربلایی محمد میژونی، احمد؛ گرامی‌پور، مسعود. ۱۳۹۷. «مدل ساختار روابط بین تصویر بدنی، باورهای غیرمنطقی و سلامت روان در متقاضیان جراحی زیبایی»، اندیشه و رفتار در روانشناسی کلینیکی، دوره ۱۲، شماره ۴۸، صص ۹۶-۱۷.
- خانجانی، زینب؛ باباپور، جلیل؛ صبا، گزیزه. ۱۳۹۱. «بررسی و مقایسه وضعیت روانی و تصویر بدنی متقاضیان جراحی زیبایی با افراد غیر متقاضی»، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد، دوره ۲۰، شماره ۲، صص ۲۴۸-۲۳۷.
- ذوقی پایدار، محمدرضا؛ کرمی، افسانه؛ نبی زاده، صفدر. ۱۳۹۷. «مقایسه اختلال تصویر تن، اختلال بدشکلی بدنی و گرایش به مد در افراد متقاضی و غیر متقاضی جراحی زیبایی»، روانشناسی سلامت، سال ۷، شماره ۲ (پیاپی ۲۶)، صص ۲۴-۷.

طهماسبی، سیمین، طهماسبی، زهرا و یغمایی، فریده، ۱۳۹۳. «عوامل مرتبط با تمایل به انجام جراحی‌های زیبایی بر اساس نظریه عملکرد منطقی در دانشجویان شهرکرد»، ستاره مامایی و جامع‌نگر، ۲۴ (۷۴)، صص ۵۳-۶۱

عباس‌زاده، محمد؛ اقدسی علمداری، فرانک؛ سعادت، موسی؛ مبارک بخشایش، مرتضی. ۱۳۹۱. «مطالعه جامعه‌شناختی گرایش به زیبایی با عمل جراحی پلاستیک و عوامل مرتبط با آن (مورد مطالعه: زنان و دختران ۱۶-۶۴ ساله شهر تبریز)»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۳، شماره پیاپی (۴۷)، شماره ۳، صص ۱۴۰-۱۲۳.

عباس‌زاده، محمد؛ محمود مولائی کرمانی، بتول؛ اقدسی علمداری، فرانک. ۱۳۹۳. «مطالعه جامعه‌شناختی نقش مداخله‌گرایانه متغیر پذیرش اجتماعی در تأثیرگذاری رسانه‌ها بر گرایش زنان به زیبایی با عمل جراحی»، زن و جامعه، سال ۵، شماره ۳، صص ۶۵-۴۷.

عباسی سرچشمه، محمدرضا؛ محمد بناء اردکان، عذرا؛ عباسی سرچشمه، ابوالقاسم. ۱۳۹۵. «مقایسه باورها در مورد ظاهر، باورهای غیرمنطقی و نمایه توده بدنی در افراد متقاضی با افراد نیازمند جراحی زیبایی»، پوست و زیبایی، دوره ۷(۳)، صص ۱۶۲-۱۵۶.

عباسی، بهاره؛ حقیقتیان، منصور؛ مؤذنی، احمد. ۱۳۹۹. «تحلیل جامعه‌شناختی بازنمودهای جراحی زیبایی به‌مثابه رسانه هویت فرهنگی در مردان جوان تهرانی»، مطالعات فرهنگ، ارتباطات، سال ۲۱، شماره ۵۰، صص ۱۷۰-۱۴۹.

علمدار ساروی، مریم؛ قلعه‌بندی، میرفرهاد. ۱۳۸۳. «ویژگی‌های شخصیتی داوطلبان انجام جراحی زیبایی»، اندیشه و رفتار، سال ۹، شماره ۴، صص ۱۷-۱۱.

عنایت، حلیمه؛ عنبری روزبهانی، مهدخت. ۱۳۹۶. «بررسی علل روانی گرایش زنان به جراحی‌های زیبایی (مطالعه موردی: زنان ۵۰-۱۵ سال شهر شیراز)»، علوم پزشکی دانشگاه البرز، دوره ۷، شماره ۱، صص ۳۴-۲۴.

فتاحی، ادیبه؛ افتخاری، سیده پریسا؛ احمدی، سید مجتبی؛ حمزه، بهروز. ۱۳۹۷. «رابطه سلامت روان و عزت‌نفس با ارزیابی فراشناختی بدشکلی بدن در زنان متقاضی رینوپلاستی مراجعه‌کننده به دو مرکز جراحی زیبایی کرمانشاه در سال ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷»، جراحی ایران، دوره ۲۶، شماره ۴، صص ۷۱-۶۱. کاظمی رضایی علی، حاتمیان پیمان، وطن‌خواه امجد فرزانه، پهلوان یوسف خانی مهسا، ۱۴۰۱. «رابطه بی‌نظمی هیجانی و افکار منفی تکرارشونده با نگرانی از تصویر بدن با توجه به نقش واسطه‌ای حمایت خانواده در زنان متقاضی جراحی زیبایی». روان پرستاری. ۱۰ (۱)، صص ۲۷-۱۸.

کازمی کیله گلان، فریبا؛ پارسافر، سحر؛ افشاری، مریم؛ برائی، مجید. ۱۳۹۶. «نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد جراحی‌های زیبایی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی همدان: مطالعه مقطعی»، پوست و زیبایی، دوره ۸، شماره ۴، صص ۱۹۴ - ۱۸۵.

کیوان‌آرا، محمود؛ ربانین رسول؛ بیانپور، مهدی. ۱۳۸۹. «قشربندی اجتماعی و اصلاح بدن: جراحی زیبایی به‌مثابه نماد پایگاه اجتماعی»، مطالعات راهبردی زنان، سال ۱۲، شماره ۴۷، صص ۹۸-۷۳.

مختاری، مریم؛ عنایت، حلیمه. ۱۳۹۰. «نقش نگرش‌های جنسیتی در پیدایش تصور بدنی زنان (مطالعه موردی: زنان تحت عمل جراحی زیبایی شهر شیراز)»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۳، صص ۸۷-۶۷.

میرحسینی، سیده رها؛ کاوه‌ئی، بهروز؛ عقیلی، سید وحید. ۱۳۹۵. «بررسی نقش برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای پیرامون انجام جراحی زیبایی آقایان»، مطالعات رسانه‌ای، سال ۱۰، صص ۵۰-۴۱.

میرساردو، طاهره؛ کلدی، علیرضا؛ عطایی، بهناز. ۱۳۸۹. «رابطه بین عوامل اجتماعی - فرهنگی و گرایش زنان به جراحی زیبایی در بین زنان شهر کرج، زن و مطالعات خانواده»، سال ۳، شماره ۱۰، صص ۱۶۴-۱۴۵.

هرندی، وحید؛ انصاری شهیدی، مجتبی؛ حقایق، سید عباس؛ رئیسی، زهره و سپیده، مریم. ۱۳۹۸. «رابطه تنظیم هیجان بین شخصی و حمایت اجتماعی با گرایش به عمل جراحی زیبایی». پژوهنده، ۱۴ (۶)، صص ۳۱۸-۳۲۳.

موسوی زاده، سید مهدی؛ نیازی، فیض اله؛ کلانترهرمزی، عبدالجلیل؛ فدایی نایینی، علیرضا و نصری لاری، ۱۸-۳۲۳.

میرساردو، طاهره؛ کلدی، علیرضا و عطایی، بهناز. ۱۳۹۰. «رابطه بین عوامل اجتماعی - فرهنگی و گرایش زنان به جراحی زیبایی در بین زنان شهر». زن و مطالعات خانواده، سال ۳، شماره ۱۰، صص ۱۶۴-۱۴۵.

صفری شالی، رضا. ۱۳۹۸. «گرایش زنان به جراحی زیبایی به‌مثابه مقبولیت اجتماعی (نمایش بر خورداری از رفاه عینی)». فصلنامه علوم اجتماعی، (84)26، صص ۸۸-۶۱.

عبداللهی نیا، عارفه. ۱۴۰۴. «پیش‌بینی نگرانی از تصویر بدنی بر اساس خود‌شیء‌انگاری و نشخوار فکری با نقش میانجی عزت‌نفس در زنان متقاضی جراحی زیبایی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

ساداتی، مریم سادات؛ ضرورتی، مهدی و کاربخش راوری، فردین. ۱۴۰۴. «ارتباط بین ترس از تصویر بدن و نگرش به جراحی زیبایی در دانشجویان پزشکی دانشگاه علوم پزشکی شیراز در سال ۱۴۰۲». مجله علوم پزشکی صدرا، (3)13، صص ۴۶۸-۴۷۷.

شاه امیری، زینب. ۱۴۰۱. «بررسی عوامل اجتماعی- روان‌شناختی مرتبط با تمایل به انجام جراحی زیبایی در بین زنان، در شهر اهواز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه یاسوج، دانشکده علوم انسانی. باقری، معصومه؛ کیانی، سارا و حزباوی، عزیز، ۱۴۰۱. «مطالعه جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی (مورد مطالعه: زنان ۱۸ تا ۶۰ سال شهر اهواز)». نشریه مطالعات جامعه‌شناختی، (۶۰)، صص ۳۹۱-۴۲۸.

خانجانی، زینب؛ پاکروان، هانیه؛ قدیمی، نگار و اسدی، سمیه. ۱۴۰۱. «رابطه نگرش به جراحی زیبایی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس نقش میانجی نگرانی از تصویر بدنی در نوجوانان». رویش روان‌شناسی، ۱۱ (۳)، صص ۳۵-۴۶.

میرآخوری، فاطمه و رحمتی، رباب. (۱۴۰۳). «بررسی رابطه احساس تنهایی اجتماعی و عاطفی، خودآگاهی شناختی و ترس از ارزیابی منفی زنان متقاضی جراحی زیبایی». ایده‌های نوین روانشناسی، ۹ (۲۷)، صص ۵.

بیانی، اعظم؛ عبدی، محمد و بیانی، محمد. ۱۴۰۲. «مقایسه حمایت اجتماعی و خودپنداره در متقاضیان و غیر متقاضیان جراحی زیبایی کاشت مو». پژوهش‌های نوین در روانشناسی، ۴ (۲)، صص ۷-۱۴. فرخی، علیرضا؛ زارع، یعقوب و سیاوش، سید مریم. ۱۴۰۴. «بررسی تأثیر الگوی ارتباطی خانواده بر گرایش به جراحی زیبایی با میانجیگری کنترل عواطف دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه اول شهر یاسوج». زن و جامعه، ۱۶ (۱)، صص ۷۷-۹۹.

دانسته، حسین؛ صادق زاده، آریتا؛ آزادی، مریم و زاهد زاهدانی، سید سعید. ۱۴۰۳. «ارزیابی کمال‌گرایی و وضعیت ظاهری داوطلبان جراحی زیبایی بینی مراجعه‌کننده به بیمارستان شهید رجایی شیراز». مجله علوم پزشکی رازی، ۳۱ (۱)، صص ۱۶۶.

رشادی محمدی، عزیزاله؛ حافظی، فریبا و هومن، فرزانه. ۱۴۰۴. «رابطه علی گرایش به جراحی زیبایی بر اساس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و آسیب‌شناسی روانی با میانجی‌گری عزت‌نفس در زنان شهرستان اهواز». زن و مطالعات خانواده، (۶۷)، صص ۸.

نوروزی، یاسمن؛ شیخ پور، امیرحسین و کویانی، الهام. ۱۴۰۲. «بررسی رابطه بین امنیت روانی و بهزیستی ذهنی در گرایش زنان به جراحی زیبایی با توجه به نقش میانجی خودشیفتگی». مهارت‌های روانشناسی تربیتی، ۱۴ (۴)، صص ۶۳-۷۷.

احمدی، آیدین؛ ترابی، فاطمه؛ هاشمیان، علیرضا و وقردوست، رضا. ۱۴۰۲. «ارزیابی سواد سلامت متقاضیان جراحی زیبایی: یک مطالعه مقطعی». مدیریت اطلاعات سلامت، ۲۰ (۳)، صص ۱۷۳-۱۷۸.

زیرراهی، اکرم. ۱۴۰۳. «بررسی علل گرایش زنان به جراحی زیبایی و تعیین رابطه بین جراحی زیبایی و رضایت زناشویی در زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله در شهرستان دشتستان». پیشنهاد کارشناسی ارشد. موسسه آموزش عالی خرد، بوشهر.

نوغانی، محسن؛ مظلوم خراسانی، محمد؛ ورشوی، سمیه. ۱۳۸۹. «عوامل اجتماعی مؤثر بر انجام جراحی زیبایی زنان». مطالعات اجتماعی و روان‌شناختی زنان، سال ۸، شماره ۴، صص ۷۵-۱۰۱.

نیکنام، ماندانا؛ خودی، زهرا؛ خودی، مرجان. ۱۳۹۸. «بررسی رابطه تصویر بدنی و خودپنداره با شادکامی در زنان متقاضی جراحی زیبایی شهر تهران». دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد، دوره ۲۷، شماره ۱، صص ۱۱۱۷-۱۱۱۰.

هاشمی، سارا؛ جمشیدی، مهنوش. ۱۳۹۸. «رابطه کمال‌گرایی و افسردگی با تصویر بدنی در دختران داوطلب جراحی زیبایی». پوست و زیبایی، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۱-۳.

Abbasi Sarcheshmeh, M. R., Mohammad Bana Ardekan, O., & Abbasi Sarcheshmeh, A. 2016. "Comparison of Appearance Beliefs, Irrational Beliefs, and Body Mass Index in Candidates for Cosmetic Surgery and Those in Need of It". *Skin and Cosmetic*, 7(3), 156-162. <https://jsc.tums.ac.ir/article-1-5318-en.html>[In Persian]

Abbasi, B., Haghghatian, M., & Moazzeni, A. 2020. "Sociological Analysis of Representations of Cosmetic Surgery as a Medium of Cultural Identity among Young Men in Tehran". *Culture and Communication Studies*, 21(50), 149-170. https://ccs.atu.ac.ir/article_13445.html?lang=en[In Persian]

Abbaszadeh, M., Aghdasi Alamdari, F., Saadati, M., & Mobarak Bakhshayesh, M. 2012. "A Sociological Study of the Tendency towards Beauty through Plastic Surgery and Related Factors (Case Study: Women and Girls aged 16-64 in Tabriz)". *Applied Sociology*, 23(3), 123-140. https://jas.ui.ac.ir/article_18070.html?lang=en[In Persian]

Abbaszadeh, M., Mahmoud Molaee Kermani, B., & Aghdasi Alamdari, F. 2014. "A Sociological Study of the Intervening Role of the Variable "Social Acceptance" in the Impact of Media on Women's Tendency towards Beauty through Surgery". *Woman and Society*, 5(3), 47-65. https://jzv.marvdasht.iau.ir/article_3451.html?lang=en[In Persian]

Abdollahinia, A. 2025. "Predicting Body Image Concern Based on Self-Objectification and Rumination with the Mediating Role of Self-Esteem in Women Candidates for Cosmetic Surgery". Master's thesis, Shahid Bahonar University of Kerman, Faculty of Literature and Humanities, <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/0e7b8d4a7d1c4f3b8a2e6c5d9f8a3b1c>[In Persian]

Ahmadi, A., Torabi, F., Hashemian, A., & Vagardoust, R. 2023. "Evaluating Health Literacy in Candidates for Cosmetic Surgery: A Cross-Sectional Study". *Health Information Management*, 20(3), 173-178. <https://doi.org/10.48305/him.2024.42174.1146>[In Persian]

- Alamdar Saravi, M., & Ghalebani, M. (2004). "Personality Characteristics of Cosmetic Surgery Volunteers". *Thought and Behavior*, 9(4), 11–17. <https://jtbcp.ir/article-1-120-en.html>
- Al-Bashaireh, A. M., Aljawarneh, Y., Alkouri, O., Alzoughool, F., Alhefeiti, A., Aldhuhoori, A., Al Kaabi, A., Alkaabi, A., & Alnaqbi, F. 2025. "Body image and attitudes toward cosmetic surgeries among female college students in the United Arab Emirates: A cross-sectional study". *Heliyon*, 11(2), e42027. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42027>.
- Alhussain, BS., Almana, MY., Alharbi, AN., Alali, MS., Alraba, MA., Alferm, OB. 2021. "Use of Lasers in Oral Maxillofacial Surgery; a cross-sectional study done in Riyadh", Saudi Arabia. *Arch Pharm Pract*.12(4):77-83. <https://doi.org/10.51847/Bljyrczej9>
- Asadi, M., Salehi, M., Sedoughi, M., & Afkham Ebrahimi, A. 2013. "Self-esteem and Attitude Towards Physical Appearance Before and After Rhinoplasty". *Iranian Journal of Psychiatry and Clinical Psychology*, 19(1), 28-33. <http://ijpcp.iums.ac.ir/article-1-2014-en.html>
- Bagheri, M., Kiani, S., & Hazbavi, A. (2022). "A Sociological Study of Factors Affecting the Tendency towards Cosmetic Surgery (Case Study: Women aged 18-60 in Ahvaz)". *Journal of Sociological Studies*, (60), 391–428. https://jss.tabriz.iau.ir/article_704716.html?lang=en, [In Persian]
- Balali, I., Afsharkohan, J. 2010. "Beauty and Money: Makeup and Surgery". *Strategic Women's Studies*, 12(42), 99–140. https://jwsf.tabriz.iau.ir/article_519427.html?lang=en[In Persian]
- Bayani, A., Abdi, M., & Bayani, M. 2023. "Comparison of Social Support and Self-Concept in Candidates and Non-Candidates for Hair Transplant Cosmetic Surgery". *Modern Research in Psychology*, 4(2), 7-14. <https://psjournal.ir/fa/paper.php?pid=153>, [In Persian]
- Beck, U. 1992. "Risk society: Towards a new modernity". Sage Publications.
- Bidkhor, M., Yasseri, M., Akbari Sari, A., & Majdzadeh, R. 2021. "Relationship between Socioeconomic Factors and Incidence of Cosmetic Surgery in Tehran, Iran". *Iranian Journal of Public Health*, 50(2), 360-368. <https://doi.org/10.18502/ijph.v50i2.5351>, [In Persian]
- Bizot O. 2021. "The BBL Surgery 'That Only the Kardashians Could Have' Becomes Dangerous TikTok Trend". *The France 24 Observers*, Available from: <https://observers.france24.com/en/americas/20211105-brazilian-butt-lift-tiktok-surgerytrend>
- Căiță, G. A. Maghiar, T. Bodog, F. D. & Noor, H. 2023. "Sociological study of the influencing factors on the trend toward cosmetic surgery". *Archives of Pharmacy Practice*, 2023.14(2), 122–126. <https://doi.org/10.51847/Tb8nUxFOyU>
- Ching BH-H, Xu JT. 2019. "Understanding cosmetic surgery consideration in Chinese adolescent girls: Contributions of materialism and sexual objectification". *Body Image*. 28:6–15. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.001>
- Cooley, C. H. 1902. "Human nature and the social order". Scribner's Sons.
- Danesteh, H., Sadeghzadeh, A., Azadi, M., & Zahed Zahedani, S. S. (2024). "Evaluation of Perfectionism and Appearance Status of Candidates for Rhinoplasty Referred to Shahid

- Rajaei Hospital in Shiraz". Razi Journal of Medical Sciences, 31(1), 166. <http://rjms.iums.ac.ir/article-1-8626-en.html>, [In Persian]
- Enayat, H., & Anbari Roozbahani, M. 2017."Investigating Psychological Causes of Women's Tendency towards Cosmetic Surgeries (Case Study: Women aged 15-50 in Shiraz)". Alborz University Medical Sciences Journal, 7(1), 24-34.<https://jams.arakmu.ac.ir/article-1-530-en.html>, [In Persian]
- Etemadifard, S. M., & Amani, M. 2013."A Sociological Study of Women's Motivations for Cosmetic Surgery Tendencies". Women's Research Journal, 4(2), 1-22. https://womenstudy.ihcs.ac.ir/article_1069.html, [In Persian]
- Farrokhi, A., Zare, Y., & Siavash, S. M. 2025." The Effect of Family Communication Pattern on Tendency to Cosmetic Surgery with the Mediation of Emotion Control among Female High School Students in Yasuj". Woman and Society, 16(1), 77-99.<https://doi.org/10.71801/JZVJ.2025.1172312>, [In Persian]
- Fattahi, E., Eftekari, S. P., Ahmadi, S. M., & Hamzeh, B.2018. "The Relationship between Mental Health and Self-Esteem with Metacognitive Evaluation of Body Dysmorphia in Women Candidates for Rhinoplasty Referring to Two Cosmetic Surgery Centers in Kermanshah in 2017 and 2018". Iranian Surgery Journal, 26(4), 61-71. https://ijs.ir/article_730869.html,[In Persian]
- Giddens, A.1991." Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age". Stanford University Press.
- Goffman, E. 1959." The presentation of self in everyday life". Doubleday.
- Gulbas,LE.2008."Cosmetic Surgery and the Politics of Race, class, andGender in Caracas, Dissertation presented to the Graduate Faculty of Dedman College, Southern Methodist University in PartialFulfillment of the Requirements", degree of Doctor of Philosophy, Venezuela; 2008. 328.
- Haji Abolalu, K., Hallajzadeh, H., & Masoudnia, E. 2018."Comparison of Cultural Capital Between Two Groups of Women With and Without Cosmetic Surgery History in Rasht". Applied Sociology, 29(4), 167-182. [10.22108/JAS.2018.103670.1088](https://doi.org/10.22108/JAS.2018.103670.1088), [In Persian]
- Hashemi, S., & Jamshidi, M. 2019. "The Relationship between Perfectionism and Depression with Body Image in Girls Volunteering for Cosmetic Surgery". Skin and Cosmetic, 10(1), 3-11. <https://jsc.tums.ac.ir/article-1-5875-en.html>, [In Persian]
- Harandi, V., Ansari Shahidi, M., Haghayegh, S. A., Raeisi, Z., & Sepideh, M.2019." The Relationship between Interpersonal Emotion Regulation and Social Support with Tendency to Cosmetic Surgery". Pajouhandeh, 14(6), 318-323. <http://rjms.iums.ac.ir/article-1-6372-en.html>, [In Persian]
- Hosseini, Z., Karbalaie Mohammad Meibodi, A., & Geramipour, M. 2018."Structural Model of Relationships Between Body Image, Irrational Beliefs, and Mental Health in Cosmetic Surgery Candidates". Thought and Behavior in Clinical Psychology, 12(48), 17-96. <https://sid.ir/paper/172114/en>, [In Persian]

- Hua, W. 2009. 'Being good-looking is capital': Cosmetic surgery in China today'. *Asian Anthropol.* 8:89-107. <https://doi.org/10.1080/1683478X.2009.10552588>
- Jackson T, Chen H. 2015. "Predictors of cosmetic surgery consideration among young Chinese women and men". *Sex Roles.* 73:214-30. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-015-0514-9>
- Jamal, BT. 2023. "Oral Cancer Staging and Clinicopathologic Features Presenting to Oral & Maxillofacial Surgery Practice in Saudi Arabia". *Clin Cancer Investig J.* 12(1):32-5. https://ccij-online.org/storage/files/article/16d9639a-91ed-4916-8461-47d4d00b1772-Ikmbh_y9GygBjRMx/NHwNrv4Wx4Udv
- Kazemi Kelayeglan, F., Parsafar, S., Afshari, M., & Baraei, M. 2017. "Socio-Cultural Attitudes Towards Cosmetic Surgeries and Related Factors Among Female Students of Hamadan University of Medical Sciences: A Cross-Sectional Study. *Journal of Skin and Cosmetic.* 8(4), 185-194. <http://jdc.tums.ac.ir/article-1-5279-en.html>, [In Persian]
- Kazemi Rezai, A., Hatamian, P., Vatankhah Amjad Farzaneh, & Pahlavan Yusefkhani, M. 2022. "The Relationship between Emotional Dysregulation and Repetitive Negative Thoughts with Body Image Concern Considering the Mediating Role of Family Support in Women Candidates for Cosmetic Surgery". *Psychiatric Nursing.* 10(1), 18-27. <https://ijpn.ir/article-1-2012-en.html>. [In Persian]
- Khanjani, Z., Babapur, J., & Saba, G. 2012. "Investigation and Comparison of Psychological Status and Body Image in Candidates for Cosmetic Surgery with Non-Candidates". *Shahid Sadoughi University of Medical Sciences Journal.* 20(2), 237-248. <https://jssu.ssu.ac.ir/article-1-1988-en.html>. [In Persian]
- Khanjani, Z., Pakravan, H., Ghadimi, N., & Asadi, S. 2022. "The Relationship Between Attitude Towards Cosmetic Surgery and Social Media Addiction Based on the Mediating Role of Body Image Concern in Adolescents". *Ravish Psychology.* 11(3), 35-46. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.2383353.1401.11.3.16.7>, [In Persian]
- Kian Ara, M., Rabani, R., & Payanpour, M. 2010. "Social Stratification and Body Modification: Cosmetic Surgery as a Symbol of Social Status". *Strategic Women's Studies.* 12(47), 73-98. https://www.jwss.ir/article_45301.html, [In Persian]
- Kumar, S. 2022. "The rise and fall of BBL". *Shift London The Rise and Fall of the BBL.* Shift London. (2022). Available from: <https://www.shifflondon.org/features/the-end-of-an-era-the-bbl>
- Malekmohammadi, N., Hashemi, S., & Rahmati, J. 2024. "Mediating role of social competence in the relationship between tendency to cosmetic surgery and psychological capital in women applying for cosmetic surgery". *Iranian Evolutionary Educational Psychology Journal.* 6(3), 373-385. <http://ieepj.hormozgan.ac.ir/article-1-929-en.html>, [In Persian]
- Mir Akhoorli, F., & Rahmati, R. 2024. "Investigating the Relationship Between Social and Emotional Loneliness, Cognitive Self-Awareness, and Fear of Negative Evaluation in

- Women Candidates for Cosmetic Surgery". *New Ideas in Psychology*, 9(27), 5. <http://jnip.ir/article-1-1308-en.html>, [In Persian]
- Mirhosseini, S. R., Kavei, B., & Aghili, S. V. 2016. "Investigating the Role of Satellite TV Programs Regarding Men's Cosmetic Surgery". *Media Studies*, 10, 41-50. https://media.studies.srbiau.ac.ir/article_12288.html?lang=en, [In Persian]
- Mirhosseini, S. R., Kavei, B., & Aghili, S. V. 2016. "The Role of Satellite TV Programs Regarding Men's Cosmetic Surgery". *Media Studies*, 10, 41-50. http://mediastudies.srbiau.ac.ir/article_9999.html, [In Persian]
- Mirsardo, T., Koldi, A., & Attaei, B. 2010. "The Relationship between Socio-Cultural Factors and Women's Tendency to Cosmetic Surgery Among Women in Karaj". *Woman and Family Studies*, 3(10), 145-164. sanad.iau.ir/Journal/jwsf/Article/955234, [In Persian]
- Mokhtari, M., & Enayat, H. 2011. "The Role of Gender Attitudes in the Emergence of Women's Body Image (Case Study: Women Undergoing Cosmetic Surgery in Shiraz)". *Women in Development and Politics*, 9(3), 67-87. https://jwdp.ut.ac.ir/article_23650.html, [In Persian]
- Nerini, A. Di Gesto, C. & Lo Bartolo, M. 2024. "Self-awareness and Social Influences as Predictors of Body Dissatisfaction and Acceptance of Cosmetic Surgery for Social Reasons Among Men". *Aesth Plast Surg* 48, 1016-1026 (2024). <https://doi.org/10.1007/s00266-023-03565-y>.
- Niknam, M., Khodi, Z., & Khodi, M. 2019. "Investigating the Relationship Between Body Image and Self-Concept with Happiness in Women Candidates for Cosmetic Surgery in Tehran". *Shahid Sadoughi University of Medical Sciences Journal*, 27(1), 1110-1117. <http://dx.doi.org/10.18502/ssu.v27i1.868>, [In Persian]
- Noghani, M., Mazloom Khorasani, M., & Varshoei, S. 2010. "Social Factors Affecting Women's Cosmetic Surgery". *Social and Psychological Studies of Women*, 8(4), 75-101. [10.22051/IWSPS.2010.1385](https://doi.org/10.22051/IWSPS.2010.1385), [In Persian]
- Nowroozi, Y., Sheikhpour, A. H., & Kaviani, E. 2023. "Investigating the Relationship Between Psychological Security and Subjective Well-being in Women's Tendency to Cosmetic Surgery Considering the Mediating Role of Narcissism". *Educational Psychology Skills*, 14(4), 63-77. <https://sanad.iau.ir/en/Article/953476>. [In Persian]
- Pirahari, N., & Bidaran, S. 2016. "Social Factors Affecting Women's Tendency to Cosmetic Surgery". *Woman and Society*, 8(4), 229-246. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1396.8.32.12.7>. [In Persian]
- Reshadi Mohammadi, A., Hafez, F., & Human, F. 2025. "The Causal Relationship of Tendency to Cosmetic Surgery Based on Social Media Addiction and Psychopathology with the Mediation of Self-Esteem in Women of Ahvaz County". *Woman and Family Studies*, (67), 8. <https://doi.org/10.30491/hpr.2025.495480.1462>, [In Persian]
- Sadaati, M. S., Zarurati, M., & Karbakhsh Ravari, F. 2025. "The Relationship Between Fear of Body Image and Attitude Towards Cosmetic Surgery Among Medical Students of Shiraz

- University of Medical Sciences in 2023". Sadra Medical Sciences Journal, 13(3), 468-477. <https://doi.org/10.30476/smsj.2025.102766.1539>, [In Persian]
- Safarishali, R. 2019." Women's Tendency to Cosmetic Surgery as Social Desirability (Display of Objective Welfare)". Social Sciences Quarterly, 26(84), 61-88. <https://doi.org/10.22054/qjss.2019.45120.2136>, [In Persian]
- Shah Amiri, Z. 2022." Investigating the Socio-Psychological Factors Associated with the Desire to Undergo Cosmetic Surgery Among Women in Ahvaz". Master's thesis, Yasouj University. [In Persian]
- Shahani Shalmani R, Jafari F.2024. "Study of the relationship between social anxiety of negative evaluation and negative body image with the tendency of cosmetic surgery in women". Health Science Monitor .3 (1):11-18URL: <http://hsm.umsu.ac.ir/article-1-128-en.html>, [In Persian]
- Swami, V. 2015." Body image in the context of cosmetic surgery". In D. Sarwer, L. A. Whitaker, & L. A. Whitaker (Eds.), Psychological aspects of reconstructive and cosmetic plastic surgery: Clinical, empirical, and ethical perspectives.pp. 23–40). Lippincott Williams & Wilkins.
- Tahmasebi, S., Tahmasebi, Z., & Yaghmaee, F. 2014."Factors Related to Willingness to Undergo Cosmetic Surgeries Based on the Theory of Reasoned Action Among Students in Shahrekord". Settareye Mameyi va Jame Negar, 24(74), 53-61. <http://hnmj.gums.ac.ir/article-1-366-en.html>, [In Persian]
- Tavassoli,Gholam Abbas. 2012." Investigating Women's Tendency to Cosmetic Surgery in Tehran". Social and Psychological Studies of Women, (1), 61-82. <https://doi.org/10.22051/jwsps.2012.1412>, [In Persian]
- Tsafack Zefack, J., Brenda Mbouamba Y., Mbonjo, B. D., Cynthia-Edith Ara-Nabangi N., Esua Alphonsius Fotindong, N., James, T., Vanessa, N. &Favour, A. A.2025."The socio-epidemiological impact of a growing demand for cosmetic surgery in low- and middle-income countries: The case of Cameroon". Journal of Global Public Health, 15(2), 123-145.. <https://doi.org/10>
- Valina G, Sessa A.2020."Current trends of cosmetic surgical procedures with the general cosmetic surgery fellowships by the American Academy of Cosmetic Surgery". Am J Cosmet Surg. 37(1):5-13. doi: 10.1177/0748806819852014
- Yue P.2017."About face: China's plastic surgery market grows six times faster than global average". About face: China's plastic surgery market grows six times faster than global average.2023-1216 <https://www.chinamoneynetwork.com/2017/08/09/about-face-chinas-plastic-surgery-market-grows-six-times-faster-than-global-average>.
- Zare, B. Javadi, F. & Naseri, S.2014." Does it make me beautiful? A focus group discussion on cosmetic surgery". International Journal of Applied Sociology, 4(5), 126–132. <https://doi.org/10.5923/j.ijas> .20140405.03, [In Persian]

- Zhang, Y., Jiang, M., Liu, J., & Liu, B. 2024."Pursuing beauty: socio-cultural and labor-economic determinants of cosmetic surgery consideration among female college students in China". BMC Psychology, 12(1), 519. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-02016-w>.
- Zirrahi, A. 2024." Investigating the Causes of Women's Tendency to Cosmetic Surgery and Determining the Relationship Between Cosmetic Surgery and Marital Satisfaction Among Women Aged 18 to 50 in Dashtestan County", Master's thesis proposal, Kherad Institute of Higher Education, Bushehr. [In Persian]
- Zoghipazdar, M. R., Karami, A., & Nabizadeh, S.2018."Comparison of Body Image Disturbance, Body Dysmorphic Disorder, and Fashion Orientation in Candidates and Non-Candidates for Cosmetic Surgery". Health Psychology, 7(2), 7-24. https://hpijournals.pnu.ac.ir/article_4968. [In Persian]

