

Research Paper

Qualitative Model of Women's Desire for Cosmetic Surgery in the Covid-19 Pandemic Period

Maryam Nademi¹, Akbar Talebpour^{*2}, Farah Torkaman³

1- Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2- Associate Professor, Sociology Department, Social Sciences and Economics Faculty, Alzahra University, Tehran, Iran, Corresponding Author.

3- Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Received: 2022/11/24

Revised: 2022/11/26

Accepted: 2023/01/01

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jzv.2023.30506.3853

Keywords:

Qualitative Method, Grounded Theory, Phenomenology, Cosmetic Surgery, Corona Pandemic

Abstract

Introduction: The purpose of this research was to sociologically investigate the impact of the corona pandemic on the desire for cosmetic surgery among women using a qualitative approach and phenomenological method based on the grounded theory model in order to better understand this phenomenon from the perspective of the target society.

Methods: According to the qualitative research approach in this study, the data collection tool was a semi-structured interview, and the population under investigation was women living in Ilam city who had a history of cosmetic surgery during the corona pandemic, who, using the purposeful sampling method, the number 16 of these people were selected at the age of 20-65.

Findings: Regarding the effects of the corona pandemic on the desire for cosmetic surgery, two opposite effects were identified; Telecommuting caused by the pandemic has had a positive effect on women's desire for cosmetic surgery, and against negative effects such as; The fear of getting infected with Corona, using masks at work and other public places and reducing ceremonies and visits of relatives and acquaintances have reduced the desire for cosmetic surgery. Also, the findings of the research show that the most concepts related to the qualitative dimensions of women's tendency to cosmetic surgery during the corona pandemic are related to the main dimension of women's negative self-image, and from this point of view, the factor of hiding upper facial defects due to the use of masks in The days of the pandemic have encouraged them to perform cosmetic surgery on the upper parts of the face. Also, the social isolation caused by Corona, which has been one of the categories of fear of rejection, has encouraged them to undergo cosmetic surgery.

Citation: Nademi M, Talebpour A, Torkaman F. Qualitative Model of Women's Desire for Cosmetic Surge in the Covid-19 Pandemic Period. Quarterly Journal of Women and Society. 2023; 12 (53): 177-202.

***Corresponding Author:** Akbar Talebpour

Address: Sociology Department, Social Sciences and Economics Faculty, Alzahra University, Tehran, Iran.

Tell: 09122209687

Email: a.talebpour@alzahra.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Some believe that the corona crisis does not create lasting effects on the mind and thoughts of Iranian people and their actions, contrary to this(16), experimental studies in Iran and other countries have shown that the corona pandemic has caused changes in aspects of daily life that were without complications and tension, and It has brought about changes in the usual habits and routines of life, therefore it can be said that Corona has had opposite positive and negative effects on cosmetic surgery as well. In the contemporary society that is tied to consumption, symbols of distinguishing people are hidden in consumption, and consumption is focused on the identity of people. An identity that lies mostly in visual or visual culture and its objective manifestations such as the body. A person takes his wholeness and face from his body. The other body is not a phenomenon inseparable from the human being, but as a kind of possession, a characteristic, another, or another self. In the contemporary world, where women are still exposed to the stares of others and judgment about them is based on their appearance much more than men, women seek to balance power in their family and social relationships based on their physical identity. Today, with the increase of women's cognitive equipment, such as education and self-knowledge, the space of women's interaction with themselves has changed. One of the areas that make up a woman's identity is the body, while in the past the body was an inevitable thing and a natural reality that should be lived with. Today, the body in various forms of body management has become one of the components of rethinking women's identity. Therefore, cosmetic surgery has become one of the measures that women from different social positions are

interested in to take possession of something lost in today's life, who are looking for the inside in the outside. Therefore, the current research aimed to investigate the effects of the corona pandemic on the desire for cosmetic surgery among women and sought to discover the background, intervening, facilitating conditions and the consequences and effects of cosmetic surgery for women using a qualitative approach, so the innovation of the current research in It is the evaluation of qualitative factors related to the corona pandemic in the desire for cosmetic surgery. (24).

Methods

This research was done with the phenomenology method and using the grand theory model. A semi-structured interview tool was used to collect data. The method of interview analysis is carried out by adopting Corbin and Strauss interpretive analysis method and performing an open, central and selective coding process. In this research, purposeful sampling (snowball) was used to select the interviewees. In order to check the validity of the current research tool, transferability, reliability, verifiability and truthfulness criteria were used. Of course, each of these criteria has a meaning and explanation that is explained below. Transferability means the ability to generalize the results to other areas and fields, and it is the degree that provides the possibility of applying the research findings in similar situations, which in this research is snowball sampling, the adequacy of the collected information, and expressing opinions. The research supervisor can explain the transferability. Reliability is basically the meaning and concept of the real meaning of the descriptions and research findings and it indicates that the results of the

research are indicative of the real perception of the data. Interviews and proper conduct of interviews within 45 days and review by the interviewees have been fulfilled. Verifiability means trying to achieve objectivity index in research. And in fact, it is the degree that shows the possibility of applying the research results in other situations. In this research, this was done using the process of research audit by two expert colleagues and re-examination of the interviews by the researcher (self-review by the researcher). Truthfulness means the extent to which the interpretations are not influenced by incomplete information or evasion by the respondents. Conducting interviews in a friendly atmosphere and providing information to them in this space has led to the formation of truth in this research. In order to measure the reliability of the research tool, the method of correlation between different coders was used and according to the high score (85%) of this correlation, the reliability of the tool was confirmed. Descriptive statistics are used to describe and explain the data collected in the research. The statistical population of these women who had cosmetic surgery. The statistical population considered was a total of 20 people, and finally due to saturation, the interview ended with 16 people.

Findings

The basic principle in the grounded theory is to understand the lived world from the perspective of the participants themselves. In other words, to establish a sense of empathy between the researchers and participants towards the subject. In this inductive theory, there is a kind of logical connection between conditions, causes, strategies and consequential factors, which affects the course of the story and theoretical narrative. In this research, some of the interviewees believed that the cause of

their cosmetic surgery was a negative mental image of themselves, and they somehow felt flawed and ugly in their own body, and they took action to eliminate this feeling and to feel better about themselves. In the process of conducting in-depth interviews with the interviewees, it was found that one of the reasons for women to undergo surgery was the fear of being rejected by their husbands, as well as gaining the satisfaction of their husbands and preserving and sustaining their lives. The motives of girls in dealing with cosmetic surgery are very different and even diverse. They seek to achieve their desires by managing their bodies. They have stated that they are involved in some kind of inner desire to be beautiful and they believe that beauty can provide their mental health. Some other women have pointed out the existence of internal and even extra-personal motives in themselves and even interpreted it as physical and mental satisfaction. In fact, these people are obsessed with beauty and have an aesthetic attitude towards their body. Religious beliefs as one of the main sources including moral rules of every society causes the management of human actors in conscious or unconscious ways and the physical appearance of a person. The studies and interviews conducted with the studied women showed that some of them believed in observing religious rites and relationships, and at the same time, they believed that religion and its rites do not conflict with body cosmetic surgery. The results of the research related to the causal factors regarding the effects of the corona pandemic on the desire for cosmetic surgery, two opposite effects were identified. Remote working caused by the pandemic has a positive effect on women's willingness to undergo cosmetic surgery, while the negative effects include the fear of contracting the

corona virus, the use of masks at work and other public places, and the reduction of ceremonies and visits by relatives and acquaintances, which as a result It has reduced their desire for cosmetic surgery. Also, the findings of the research show that the most concepts related to the qualitative dimensions of women's tendency to cosmetic surgery during the corona pandemic are related to the main dimension of women's negative self-image, and from this point of view, the factor of hiding upper facial defects due to the use of the mask during the pandemic has encouraged them to perform cosmetic surgery on the upper parts of the face. Also, the social isolation caused by Corona, which has been one of the categories of fear of rejection, has encouraged them to undergo cosmetic surgery.

Discussion & Conclusion

In this research, cosmetic surgery has been investigated as a social phenomenon, which today has high statistics in our society and the number of applicants is increasing day by day. A semi-structured interview was used to collect information. For the first time, this study has explored the qualitative factors related to the corona pandemic on women's desire for cosmetic surgery. The causal conditions of the present study included inferiority, lack of self-confidence, sense of superiority and comparison. The background conditions of this research included advertisements - economic capital and cultural capital. and other people's negative experiences from surgery - family conflict - the positive effect of Corona due to limited office hours and not being able to see the surgery due to wearing a mask and enough rest and the negative effects of Corona, performing surgery during Corona, contracting Corona, and reducing ceremonies and The visits of

relatives and acquaintances were the most important intervention conditions of this study. Also, the qualitative aspects affecting cosmetic surgery include women's negative self-image, external and internal normative pressures, psychological aspects of beauty, operational feedback of surgery and high economic and social education, among these categories, factors related to the Corona pandemic that affect surgery. effective beauty treatments are: the feeling of fear and apprehension caused by the corona pandemic, hiding the upper facial defects due to the use of masks, social isolation caused by the corona, gaining social acceptance in the special conditions of the pandemic, the feeling of mental and physical need in the conditions The difficulty of this crisis is the change of the boring life situation during the pandemic and the mental and physical discomfort after the operation, including contracting the corona virus. The research results showed; The qualitative dimensions affecting the action of cosmetic surgery include women's negative self-image, external and internal normative pressures, psychological aspects of beauty, operational feedback of surgery and vertical mobility of the economic and social base, among these categories, factors related to the Corona pandemic. which have been effective on performing cosmetic surgery or not performing this surgery, including things such as; The feeling of fear and apprehension caused by the corona pandemic, hiding the upper facial defects due to the use of a mask, social isolation caused by the corona, gaining social acceptance in the special conditions of the pandemic, the feeling of mental and physical need in the difficult conditions of this crisis, changing the boring life situation. During the pandemic and mental and physical discomforts after the operation, they were infected with corona. Obviously,

among the above factors, factors such as; Feelings of fear and apprehension caused by the corona pandemic, hiding upper facial defects due to the use of masks, social isolation caused by corona, and mental and physical discomfort after the operation had a positive effect on the tendency to perform cosmetic surgery among the target population, and some Like; Gaining social acceptance in the special conditions of the pandemic, the feeling of mental and physical need in the difficult conditions of this crisis, changing the boring life situation during the pandemic had a negative effect on the tendency to perform cosmetic surgery among the target community.

Conflicts of interest

The results of this study do not conflict with individual or organizational interests.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

High sensitivity of this topic required the informed consent of the research participants, so all participants expressed their informed consent to the topic before the interview, and as a moral commitment, the participants had the right to withdraw at any stage of the research, giving sufficient time to Understanding the interview questions, maintaining the anonymity and confidentiality of the respondents' personal information, as well as honest analysis and interpretation based on respecting the rights of stakeholders were other ethical principles that the authors considered.

Funding

The study was conducted at the personal expense of researchers.

Authors' contributions

The present article is taken from the doctoral dissertation. The first author of this article is a doctoral student, the second author is a supervisor and the responsible author, and the third author is also a thesis advisor.

مقاله پژوهشی

مدل کیفی تمایل به جراحی زیبایی بانوان در دوره کرونا

مریم نادمی^۱، اکبر طالب پور^{۲*}، فرح ترکمان^۳

۱- گروه جامعه شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

۳- گروه جامعه شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف: هدف تحقیق حاضر بررسی جامعه شناسانه تاثیر پاندمی کرونا بر تمایل به جراحی زیبایی در بین زنان با استفاده از رویکرد کیفی و روش پدیدارشناسی براساس مدل گراند تئوری به منظور درک بهتر این پدیده از منظر جامعه هدف بود.

روش: پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد کیفی و روش پدیدارشناسی و بر اساس مدل گراند تئوری به انجام رسید. با توجه به رویکرد کیفی تحقیق در این مطالعه ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه نیمه ساخت یافته بود و جامعه مورد بررسی بانوان ساکن شهر ایلام بودند که سابقه جراحی زیبایی در ایام پاندمی کرونا داشته اند که با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند، تعداد ۱۶ نفر از این افراد در سنین ۲۰-۶۵ ساله انتخاب شدند.

یافته‌ها: در خصوص تاثیرات پاندمی کرونا بر تمایل به جراحی زیبایی دو تاثیر متضاد شناسایی شدند؛ دورکاری های ناشی از پاندمی تاثیر مثبت بر تمایل به جراحی زیبایی زنان داشته و در مقابل اثرات منفی از قبیل ترس از ابتلا به کرونا، استفاده از پوشش ماسک در محل کار و سایر اماکن عمومی و کاهش مراسم و بازدیدهای اقوام و آشنایان تمایل به جراحی زیبایی را کاهش داده است. همچنین یافته های پژوهش نشان می دهد که بیشترین مفاهیم مربوط به ابعاد کیفی گرایش زنان به عمل جراحی زیبایی در ایام پاندمی کرونا، مربوط به بعد اصلی خودنگاره منفی زنان می باشد و از این منظر عامل پنهان نمودن معایب فوقانی صورت به دلیل استفاده از ماسک در ایام پاندمی، آنها را تشویق به عمل زیبایی در بخش های فوقانی صورت نموده است؛ همچنین انزوای اجتماعی ناشی از کرونا که از مقوله های ترس از طرد شدن بوده، آنها را به عمل جراحی زیبایی تشویق نموده است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۳

تاریخ داوری: ۱۴۰۱/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۱

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jzv.2023.30506.3853

واژه‌های کلیدی:

روش کیفی، گراند تئوری، پدیدار شناسی، جراحی زیبایی، پاندمی کرونا

* نویسنده مسئول: اکبر طالب پور

نشانی: گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

تلفن: ۰۹۱۲۲۲۰۹۶۸۷

پست الکترونیکی: a.talebpor@alzahra.ac.ir

مقدمه

این مقاله، تحلیلی از پیامدها و تاثیرات فرهنگی و اجتماعی بحران پاندمی کرونا در ایران است. در ماه‌ها و سال‌هایی که بحران پاندمی کرونا شکل گرفته بود این پرسش در کانون توجه جامعه و اندیشمندان ایران بوده است که این بحران چه دلالت‌هایی برای شیوه زندگی و فرهنگ در ایران دارد. پرسش اصلی این مطالعه آن است که آیا بحران پاندمی کرونا فرهنگ و شیوه زندگی ما رو تغییر می‌دهد یا خیر؟ برخی معتقدند این بحران تاثیرات پایدار در ذهن و اندیشه انسان ایرانی و کنش‌های او ایجاد نمی‌کند. مطالعات تجربی در جوامع ایران و کشورهای دیگر نشان داد پاندمی کرونا تغییراتی در جنبه‌های زندگی روزمره که بدون عارضه و تنش بوده ایجاد کرده است و به طور معمول تغییراتی در عادت‌ها و رویه‌های معمول زندگی به وجود آورده است و همچنین کرونا تاثیرات متضاد مثبت و منفی بر جراحی زیبایی نیز داشته است (۱۶). در جامعه معاصر که با مصرف گر خورده است، نمادهای تمایز بخشی افراد در مصرف نهفته است و مصرف معطوف به هویت افراد شده است؛ هویتی که بیشتر در فرهنگ بصری یا دیداری و نموده‌های عینی آن همچون بدن نهفته است. فرد تمامیت و چهره خود را از بدن می‌گیرد. بدن دیگر نه پدیده‌ای غیر قابل تفکیک از انسان بلکه به منزله نوعی تملک، یک مشخصه، یک دیگری، یا یک خود دیگر مطرح می‌گردد. در دنیای معاصره‌نوز بانوان در معرض نگاه‌های خیره دیگران اند و قضاوت درباره آن‌ها، بسیار بیشتر از مردان براساس ظاهرشان استوار است (۲۴). بانوان به دنبال موازنه قدرت در مناسبات خانوادگی و اجتماعی خود بر مبنای هویت بدنی‌اند (۲). امروزه با افزایش تجهیزات شناختی بانوان از قبیل تحصیلات و شناخت در باب خویشتن، فضای تعامل بانوان با خویشتن دگرگون شده است. یکی از حوزه‌هایی که هویت زنانه را بر می‌سازد بدن است در حالی که در گذشته بدن امری محتوم و واقعیتی طبیعی بود که باید با آن زیست. امروزه بدن در انواع و اقسام فرم‌های مدیریت بدن به یکی از مؤلفه‌های بازاندیشی در هویت زنان مبدل شده است؛ (۱۷) از این رو جراحی زیبایی یکی از تمهیدات مورد توجه زنان متعلق به جایگاه‌های مختلف اجتماعی برای تصاحب چیزی از دست رفته در زندگی امروزه است که باطن را در ظاهر جست و جو می‌نمایند. همین مسئله گویای ماهیت پیچیده و سیال جراحی زیبایی به مثابه یک واقعیت فرهنگی و اجتماعی است (۵). در حقیقت این تغییر در تلقی از زیبایی همراه با دستاوردهای صنعتی و پزشکی باعث شده است زیبایی دیگر فقط یک مشخصه طبیعی و زیستی نباشد (۱۵). شواهد این فرایند را می‌توان در گرایش روز افزون بانوان به زیبایی ظاهری برای زیبایی و تناسب اندام مشاهده نمود. در جامعه ایران، فراگیر شدن پدیده آرایش و

جراحی‌های زیبایی به دغدغه بسیاری از دختران و زنان ایرانی تبدیل شده است (۳). این حساسیت و توجه وافر به ویژگی‌های ظاهری بدن به جای توجه به درونیات و استعدادها و توانمندی‌ها باعث شده افراد به ویژه دختران و زنان اقدام به جراحی‌های زیبایی متعدد نمایند که گاه تبعات اجتماعی و فردی بدی را به بار می‌آورد. افزایش مصرف مواد آرایشی و بهداشتی در میان زنان، ایران را به هفتمین مصرف کننده‌ی مواد آرایشی و بهداشتی در جهان تبدیل کرده است. از نظر جراحی پلک و صورت، ایران در رده چهارم و از نظر لیپوساکشن سینه و شکم پس از آمریکا در رده دوم قرار دارد (۱۳).

شهر ایلام نیز از این قاعده مستثنی نیست و کم و بیش به واسطه گسترش دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و افزایش بهره‌گیری از وسایل ارتباط جهانی و شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌ای، تجاری شدن، رشد فرهنگ مصرفی، حضور پر رنگ بانوان در عرصه‌های عمومی و افزایش سطح تحصیلات و سواد رسانه‌ای در زمینه تغییرات اجتماعی مختلف با کشور همسایه بوده است. بدیهی است که چنین تحولاتی تاثیر شگرفی بر مقوله بدن به ویژه جراحی‌های زیبایی در بین بانوان ایلامی داشته است. لازم به ذکر است که به موازات گسترش میل و رغبت به انجام جراحی‌های زیبایی در بین بانوان هر چند مطالعات اندکی در زمینه کشف عوامل دخیل در این زمینه انجام شده اما مطالعات کیفی که بتوانند از منظر افراد درگیر در پدیده مورد مطالعه به بررسی و تعیین پس زمینه‌های ذهنی جامعه هدف بپردازند از سوی جامعه‌شناسان مورد توجه جدی قرار نگرفته است؛ به عبارت دیگر دسترسی به اطلاعات و تجارب جامعه هدف از این منظر که به زندگی کردن با مردم مورد پژوهش، یادگیری مبانی ارزشی، عقیدتی و رفتاری افراد مورد مطالعه و تلاش برای درک احساس، انگیزش و هیجان‌های آن‌ها صورت نگرفته است. محقق کیفی، رفتار اجتماعی را به این دلیل درک می‌نماید که خود را به‌جای دیگران قرار می‌دهد. ایلام از جمله شهرهایی است که در گذشته به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی و حاکمیت فرهنگ سنتی، روند تغییرات فرهنگی و اجتماعی در آن بسیار کند بود و به دلیل بافت فرهنگی و بومی منطقه، هم‌نوایی با آموزه‌های سنتی و مذهبی، الگوی غالب بر جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و کنش افراد به شمار می‌رفت. در سالهای اخیر به واسطه گسترش دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌ای، تا حدودی از فرهنگ سنتی فاصله گرفته است و برآیند آن تغییر در نیازها، سبک زندگی، اوقات فراغت و در نهایت نظام ارزشی و نگرشی آنان بوده است (۳۶)؛ اما با وجود تمام محرک‌ها در مسیر تمایل نمودن زنان به سمت جراحی زیبایی، وقوع و شیوه همه جانبه پاندمی کووید-۱۹ در سراسر دنیا از سال ۲۰۱۹ و اواخر بهمن ماه

آثار پاندمی کرونا بر تمایل به جراحی زیبایی بانوان چگونه است؟ شرایط زمینه‌ای جراحی زیبایی بین زنان کدامند؟ شرایط مداخله‌گر جراحی زیبایی چیست؟، شرایط تسهیل‌گر جراحی زیبایی و دستکاری بدن چیست؟، پیامدها و آثار جراحی زیبایی برای زنان چیست؟

نوآوری پژوهش حاضر در آن است که به نظر می‌رسد برای نخستین بار عوامل کیفی مرتبط با پاندمی کرونا را در تمایل به جراحی زیبایی مورد ارزیابی قرار داده است.

مبانی و پیشینه تحقیق

نظریه فرهنگی اجتماعی تامپسون

در این دیدگاه رسانه‌های غربی به عنوان منبع اولیه ی نارضایتی از بدن محسوب می شوند که در میان زنان جوان به طور گسترده ای رواج یافته است. براساس این دیدگاه رواج نارضایتی از بدن در میان زنان جوان و حتی مسن از پیامدهای غیرقابل اجتناب پرتره ها (یا نمونه های ایده آل بدنی) به تصویر کشیده شده در رسانه ها است که منجر به رفتارهای ریاضت گونه در میان زنان می شود. تامپسون اشاره می کند که در جوامع غربی تأکید زیادی بر ظاهر فیزیکی است و هنجارهای ثابت و مشخصی برای جذابیت ظاهری وجود دارد و اعتقاد عامه ی مردم این گونه است که شخصیت هایی با جذابیت ظاهری به جایگاه اجتماعی مطلوب تر، موفقیت بیشتر، زندگی کاملتر و مزایای بیشتری در روابط بین فردی و جایگاه های اجتماعی می رسند؛ برای مثال عقیده بر این است که افراد با جذابیت ظاهری احتمال بیشتری برای دریافت کمک و شانس بیشتری برای پیشرفت و کسب شهرت دارند (۳۴). تامپسون اشاره می کند که یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در نارضایتی از بدن، درونی سازی هنجارهای اجتماعی در ارتباط با زیبایی ظاهری است؛ مثلاً درونی سازی هنجارهای لاغری منجر به تلاش هایی در ارتباط با لاغر شدن در میان افراد می شود. تامپسون اشاره می کند که درونی سازی هنجارهای مربوط به زیبایی با میزان مصرف رسانه ای در ارتباط است (۹).

نظریه گافمن

به نظر گافمن، در زندگی روزمره و رویارویی ها، تاثیر گذاری اولیه مهم است. ظاهر، که برای خود شخص و برای دیگران دیدنی و نمایش دادنی است، می تواند به منزله نشانه ای برای تفسیرکنش به کار رود؛ در نتیجه، بدن نه تنها موجودیتی ساده بلکه وسیله ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال بیرونی است و حالات چهره و حرکات بدن، محتوای اساسی نشانه هایی است که ارتباطات روزمره ما، مشروط به آن هاست و برای آن که بتوانیم نظارتی مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنیم،

۱۳۹۸، جهان با چالشی اساسی مواجه شد که بسیاری، از جمله دبیر کل سازمان ملل متحد، آن را بسیار بزرگ تر و تأثیرگذارتر از جنگ جهانی دوم ارزیابی می کنند (۳۰). این بیماری امروزه در حوزه های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی تأثیر زیادی گذاشته است و پیش بینی می شود در جهان، موج پنجمی را با نام دوران پساکروناایی ایجاد نماید که روند و مناسبات بین المللی، ملی و محلی را تغییر خواهد داد. ویروس کرونا، پدیده ای است که با توجه به سرعت انتشار و ویژگی مهارناپذیر خود، جهان را با بحران مواجه نموده است و بدون شک پیامدها و اثرات مختلفی را در سطوح بین المللی، ملی و محلی به دنبال خواهد داشت و این قابلیت را دارد که نقش اساسی را در کیفیت و چگونگی بر ساخت پدیده ها برجای گذارد (۱۹). این بحران هر چند در ظاهر، ماهیتی صرفاً پزشکی و مرتبط با نظام سلامت دارد، پدیده ای چندبعدی است که آثار و پیامدهای آن در حوزه های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی قابل رصد و رهگیری است. سوالی هم که همواره ذهن بسیاری از اندیشمندان مسائل اجتماعی و فرهنگی را به خود مشغول نموده، این است که این بحران چه دلالت هایی برای شیوه زندگی و فرهنگ در ایران دارد و آیا بحران پاندمی کرونا فرهنگ و شیوه زندگی ما رو تغییر می دهد یا خیر، مخصوصاً اینکه شکل گیری موقعیت قرنطینه خانگی، و خانه نشینی طولانی مدت، بازاندیشی و تاملات فردی فراوانی را در افراد ایجاد و نهاد خانه و خانواده را در معرض آزمون تجربه تازه ای قرار داده است (۷).

از این رو جراحی زیبایی یکی از تمهیدات مورد توجه زنان متعلق به جایگاه های مختلف اجتماعی برای تصاحب چیزی از دست رفته در زندگی امروزه است که باطن را در ظاهر جست و جو می نمایند (۷). همین مسئله گویای ماهیت پیچیده و سیال جراحی زیبایی به شکل یک واقعیت فرهنگی و اجتماعی است. در حقیقت این تغییر در تلقی از زیبایی همراه با دستاوردهای صنعتی و پزشکی باعث شده تا زیبایی دیگر فقط یک مشخصه طبیعی و زیستی نباشد. شواهد این فرایند را می توان در گرایش روز افزون بانوان به زیبایی ظاهری برای زیبایی و تناسب اندام مشاهده نمود. در جامعه ایران، فراگیر شدن پدیده آرایش و جراحی های زیبایی به دغدغه بسیاری از دختران و زنان ایرانی تبدیل شده است (۶).

این حساسیت و توجه وافر به ویژگی های ظاهری بدن به جای توجه به درونیات و استعدادها و توانمندی ها، باعث شده افراد به ویژه دختران و زنان به کرات اقدام به جراحی های زیبایی نمایند که گاه تبعات اجتماعی و فردی سوئی را به بار می آورد (۲۲). در پژوهش حاضر این پرسش ها مطرح می شود:

خودآگاهی با خودبینی بیرونی و ظاهری او پیوستگی جدایی ناپذیری دارد. در این مرحله، تصویر بدنی از خود برای فرد بصورت واضح تر و شفاف تری شکل می‌گیرد.

نظریه خودشی انگاری

این نظریه ریشه در رویکرد فمینیستی دارد. بر حسب این دیدگاه زنان و دختران مایلند خود را پشت نقاب های جاذبه‌های جنسی‌شان پنهان کنند. زنان در درون فرهنگ جنسی که استانداردهای غیر واقعی از زیبایی می‌آفریند، جایگاه و ارزششان را با ظاهر فیزیکی‌شان ارزیابی می‌کنند؛ در نتیجه آموزه‌های فرهنگ جنسی شده رفتار و احساس خود شی انگاری در میان زنان به وجود می‌آید؛ بنابراین زنان خود را از دیدگاه نقادانه بیرونی می‌بینند و به مقایسه خود با هنجاره و ایده آل‌های غیر واقعی فرهنگ جنسی می‌پردازد (۲۶)؛ در واقع خود شی انگاری آگاهانه، اشاره به نظارت مداوم و تلاش آگاهانه زنان برای درونی‌سازی استانداردهای فرهنگی موجود درباره بدن و ظاهر می‌باشد به این ترتیب که زنان با نظارت مداوم بر بدن خود برای رعایت استانداردها به باز تقلید و درونی‌سازی این فرهنگ کمک کرده و تغییر آن را دشوار می‌سازند.

نظریه بورديو

پیر بورديو هر چند مستقیماً در حوزه بدن بحث نکرده اما با ارائه مفاهیمی چون زمینه، عادت واره، سرمایه نمادین، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی به مباحث جامعه‌شناسی بدن و مصرف نزدیک شده است. وی در تحلیل خود از بدن به کالایی- شدن بدن در جوامع اشاره می‌نماید که بصورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌گردد. بورديو تولید این سرمایه فیزیکی را در گرو رشد و گسترش بدن می‌داند. از نظر بورديو بدن به عنوان شکل جامعی از سرمایه فیزیکی در بردارنده ی منزلت اجتماعی و اشکال نمادین تمایز است (۱۰). بورديو در کتاب تمایز (۱۹۸۴) نظریه ای را طرح‌ریزی می‌نماید که بر پایه ارتباط بین منزلت، سلیقه و بدن استوار است و بر این اساس، نحوه تجلی روابط منزلتی و قدرت را در سبک‌ها و سلیقه‌های مختلف و نیز بدن‌های مختلف نشان می‌دهد، روابطی که در سطح کلان بیانگر جایگاه اوست. بدن در نظام اجتماعی بیشتر در بسیاری از ساخت‌ها غربی برای کسب موفقیت باید جلوه و ظاهر موفق داشت یعنی آگاهی متفاوتی از سلیقه و سبک به وجود آورد. بدن جوان، زیبا و محکم به نشانه ای از شادی و منزلت تبدیل شده است (۱۲).

جنبه‌ای از خود را نشان می‌دهیم که همگان آن را بپذیرند. گافمن سه نوع داغ ننگ را نام می‌برد؛ اولین نوع زشتی‌ها و معایب مربوط به بدن است، نوع دوم کمبودهای مربوط به شخصیت افراد و سومین داغ قومی و قبیله ای که منظور داغ ننگ است (۹).

نظریه وبلن

وبلن اولین کسی بود که تئوری جامعه شناختی راجع به زیبایی را ارائه کرد. وبلن معتقد بود که برای به دست آوردن و حفظ اعتبار فقط داشتن ثروت یا قدرت کافی نیست، ثروت یا قدرت باید نشان داده شوند زیرا اعتبار فقط با آشکار کردن آن به دست می‌آید. وبلن با طرح مفاهیمی چون مصرف خودنمایانه، قانون اعتبار و اشتها بیان می‌کند از یک طرف سودمندی اشیاء مطابق با زیبایی‌شان ارزیابی می‌گردند و از طرف دیگر این زیبایی رابطه‌ای به شدت تنگاتنگ با گرانی آن اشیاء دارد (۲۹). به نظر وبلن، زن زیبا نماد منزلتی است، او نه تنها کاری انجام نمی‌دهد بلکه نمی‌تواند کار هم انجام دهد. موهای بلند و متعلقاتی از این قبیل به منظور نشان دادن این نکته است که آن‌ها نمادهای جایگاه اجتماعی هستند و جواهرات و لوازم آرایشی و زیورآلات این فرایند را تشدید می‌نماید. هم‌چنان که باعث جلب توجه به مد و زیبایی و جذابیت ادعایی مربوط به سبک مد روز در هر مقطع زمانی می‌گردد. (۳۵).

نظریه کش

این تئوری از تئوری انتظارات اجتماعی در ارتباط با بدن نیز بهره می‌گیرد و بیان می‌نماید درون هر فرهنگی توافقی وجود دارد که چه چیز را زیبا و چه چیز را غیر زیبا بدانند. انتظارات فرهنگی مرتبط با زیبایی در هر فرهنگی وجود دارد و درون فرهنگ‌های مختلف متفاوت است. مردم در ارتباط با افراد جذاب و غیر جذاب رفتارهای متفاوتی از خود بروز می‌دهند. در مجموع کش نتیجه می‌گیرد مردم به ارتباط با افرادی تمایل بیشتری دارند که در بستر فرهنگشان زیبا و جذاب تعریف می‌گردند. به همین دلیل داشتن تصویر بدنی مثبت از خود در موقعیت‌های اجتماعی فردی برای افراد اهمیت دارد (۴). به اعتقاد او تصور از بدن که با تجربه‌های اولیه فرد شکل می‌گیرد و مفهومی منعطف و تغییرپذیر است؛ یعنی در ارتباط با فرهنگ و تجربه‌های بعدی فرد تغییر می‌نماید و شکل می‌پذیرد. تجربه‌های اولیه در ارتباط با تصور از بدن در دوره کودکی شکل می‌گیرند. این تصورات اولیه چندان واضح نیست زیرا فرد نمی‌تواند خود را جدای از دیگران در نظر بگیرد، به همین دلیل فرد تصویری مبهم از خود دارد که در مراحل بعدی به تمایز مرزهای تصویر بدنی خود با دیگران قادر می‌گردد. مرزهای بین خود و دنیای بیرون باعث می‌گردد فرد قادر من از غیر شود. در مراحل بعدی فرد به خودآگاهی می‌رسد و این

نظریه‌ی گیدنز

یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی، مقوله بدن افراد است که در اصطلاح گیدنز به پروژه‌ای بازتابی تبدیل شده است. به نظر گیدنز، بدن مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین قرارگاه برای حمل و نمایش سبک‌های زندگی و اشکال هویتی است. به اعتقاد گیدنز، بدن فقط ابزاری برای کنش و واکنش‌های موضعی نیست بلکه دستگاهی طبیعی است که صاحبش باید با دقت از آن مراقبت کند. این دستگاه حیثیت دارد و سرچشمه بسیاری از رنج‌ها و لذت‌ها به شمار می‌رود. به باور گیدنز بدن نوعی دستگاه متحرک است، مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌هاست و غوطه‌ور شدن عملی آن در تنش‌های متقابل روزمره، یکی از ارکان عمده حفظ و تحکیم مفهوم منسجم و یکپارچه‌ای از هویت شخصی است. بعضی از وجوه عمده بدن که با خود و هویت شخصی مناسبت‌هایی دارند از همه متمایزند. سیمای ظاهری بدن شامل ویژگی‌های سطحی پیکر ماست که برای خود و دیگران قابل رویت است (۱).

دیدگاه‌های مدرنیستی درباره بدن

این دیدگاه علاقه به خلاق بودن، کامل بودن، میل به کنترل بر بدن خویش، ایدئولوژی فرهنگ مصرفی برای کسب لذت و خود ابرازی را مسئول توجه فزاینده به پروژه بدن در جامعه معاصر می‌داند؛ در نتیجه دیدگاه‌های مدرنیستی نوعی تمایل به عاملیت و خلاقیت کنش‌گر فردی در حفظ تمامیت بدنی خود وجود دارد؛ به عبارتی در این دیدگاه‌ها، بدن به نوعی مایملک شخصی تبدیل می‌شود که فرد با اختیار خود در آن به دخل و تصرف می‌پردازد (۱۸). اهمیت بدن در این دیدگاه‌ها بیشتر به خاطر خود ابرازی، ارائه هویت مستقل، ابراز تفاوت با محیط بیرون، تمایل به تعریف خود به شیوه‌ای دلخواه و کسب لذت محسوب می‌شود؛ بنابراین می‌توان گفت که در دنیای مدرن آنچه که بیش از پیش برای فرد اهمیت می‌یابد، هویت‌های بدنی‌شان می‌باشد و افراد با عاملیت بیش از پیش برای ارائه فردیت و هویت مستقل خود، درگیر طراحی و ارائه هویت بدنی اجتماعی و آشتی دادن آن با هویت‌های بدنی فردی خود می‌باشند (۳۱).

کرمی‌مزمین، امیرپور و محسنی‌نژاد (۱۴) در پژوهشی با عنوان واکاوی بسترهای زمینه ساز گرایش به جراحی زیبایی در زنان نشان دادند که وقتی تصور خود منفی در کنار حساسیت اجتماع قرار می‌گیرد، شفقت به خود مشروط به ظاهر شده و درخواست برای انجام جراحی زیبایی افزایش می‌یابد. همتی و حبیبی مقدم (۱۱) در پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر

میزان تمایل بانوان به انجام جراحی‌های زیبایی در ناحیه فک و صورت در شهر اهواز سال ۱۳۹۸ نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند از طرق مختلف مثل کاهش اعتماد به نفس و افزایش تصور منفی نسبت به چهره، تبلیغات، افزایش فشار اجتماعی بر زنان، ایجاد تمایل به نزدیک شدن به چهره‌های ایده‌آل و افزایش مقبولیت چهره‌ای و جذب جنس مخالف در این شبکه‌ها و باعث گرایش به جراحی زیبایی می‌شوند. قبادی، کلدی و مهدوی (۸) در پژوهشی تحت عنوان مدل معادلات ساختاری علل اجتماعی- فرهنگی گرایش به جراحی‌های زیبایی که در شهر ایلام و با رویکرد کمی و با ابزار پرسشنامه و به شیوه نمونه-گیری خوشه‌ای انجام گرفت، نشان دادند متغیرهایی از قبیل گروه‌های مرجع، مقبولیت اجتماعی، فشارهای اجتماعی و سن از عوامل موثر بر گرایش زنان به جراحی زیبایی می‌باشند. نتایج پژوهش صفری شالی (۲۸) با عنوان گرایش زنان به جراحی زیبایی به مثابه مقبولیت اجتماعی که در شهرستان ملایر صورت گرفت نشان داد برخورداری از رفاه عینی و مقبولیت اجتماعی تاثیر مستقیم بر انجام جراحی زیبایی دارد. اعتمادی فرد و امانی (۲۴) در پژوهش خویش با عنوان مطالعه جامعه شناختی انگیزه زنان از گرایش به جراحی زیبایی، انگیزه افراد را به دو دسته شخصی و فراشخصی تقسیم کرده‌اند و سطح فرا فردی بانوان به سمت جراحی زیبایی تمایل پیدا می‌کند. سلیمانی (۳۳)، در مطالعه خود با عنوان آینده زیبایی و چاقوی جراحی زیبایی و فوبیا در ایران، نتیجه گرفته است که رسانه‌های اجتماعی و هویت اجتماعی که عواملی از قبیل بدن آرمانی و آرمان‌های غربی را ایجاد می‌کنند، عامل اصلی جراحی زیبایی هستند. نوامان، عباس و داهی (۲۰) در خصوص فاکتورهایی که باعث تشویق مردم عراق به جراحی پلاستیک می‌شود بیان نموده عامل شغل و تحصیلات احتمال جذب جراحی پلاستیک را افزایش می‌دهند. در جمع بندی مطالعات داخلی پیشین می‌توان گفت که در زمینه جراحی زیبایی، متغیرهایی از قبیل تصور منفی از خود در کنار حساسیت اجتماع، الگو پذیری، دلزدگی از روزمرگی، برخورداری از رفاه عینی، مقبولیت اجتماعی، تقلید از دوستان، نقش رسانه‌ها، شایستگی اجتماعی و تایید اجتماعی، عزت نفس بانوان، فشار اجتماعی و منزلت اجتماعی، انگیزه شخصی و فرا شخصی با جراحی زیبایی بدن رابطه داشته است. همچنین در جمع بندی مطالعات خارجی جراحی زیبایی، متغیرهایی از قبیل کسب رسانه‌ها، کسب هویت، اضطراب، فرهنگ مصرفی، ساختار فرهنگی، فشارهای فرهنگی- اجتماعی، حفظ قدرت و بهبود روابط اجتماعی و عاطفی بر جراحی زیبایی تاثیرگذار بوده اند. تمایزی که این پژوهش نسبت به مطالعات قبلی و همچنین پژوهشی که در ایلام صورت گرفته

دارد این است که از روش نظریه پارادایمی داده بنیاد استفاده شده و جهت انتخاب افراد مصاحبه شونده از روش نمونه‌گیری هدفمند (به صورت گلوله برفی - زنجیره ای) و جامعه مورد بررسی بانوان ساکن شهر ایلام که جراحی زیبایی داشته‌اند، استفاده شده است که این امر پیش از این صورت نگرفته است.

روش پژوهش و ابزار پژوهش

پژوهش حاضر از نوع شبه آزمایشی با طرح پیش آزمون - پس آزمون گسترش یافته گروهی با گروه کنترل و پیگیری سه ماهه است. جامعه آماری شامل کلیه زوج‌های دارای تعارض زناشویی بود که در سال ۱۳۹۸-۱۳۹۷ به مرکز مشاوره و خدمات روان‌شناختی خصوصی (مرکز مشاوره ازدواج و تحکیم خانواده صنم زیر نظر سازمان نظام روانشناسی و مشاوره و وزارت ورزش و جوانان) در شهر ارومیه مراجعه کردند. ملاکهای ورود به پژوهش و جلسات مداخلاتی شامل گذشت حداقل دو سال از زندگی مشترک، داشتن حداقل تحصیلات دبیرستانی، زندگی مشترک با یکدیگر در زمان انجام تحقیق، تمایل هر دو زوج به مشارکت در تحقیق و ادامه جلسات درمانی و ملاکهای خروج از جلسات مداخلاتی و پژوهش شامل عدم مراجعه به دادگاه به قصد جدایی، دچار نبودن به سوءمصرف مواد (اعتیاد) و بیماریهای صعب‌العلاج و بدهکاری و جرم، نبود اختلالات روانی محور اول (هر اختلالی روانی) مانند اختلالات شخصیت، افسردگی و غیره. پس از ثبت نام و مشخص شدن تعداد زوجهایی که تمایل به شرکت در تحقیق داشتند نمونه‌گیری به صورت در دسترس انجام شد و از میان درخواست کنندگان دارای تعارض زناشویی، تعداد ۳۲ نفر (۱۶ زوج) انتخاب شدند و پس از هم‌تاسازی از نظر تحصیلات، سن و طبقه اقتصادی در دو گروه (گروه آزمایش و گروه کنترل) هر گروه ۸ زوج (۱۶ نفر) قرار گرفتند، گروه کنترل به صورت تصادفی از بین دو گروه انتخاب شد. پس از انتخاب گروهها، قبل از مداخله، پیش آزمون برای هر دو گروه اجرا شد. گروه آزمایش تحت روان درمانی با رویکرد بافت نگر انصاف محور به مدت ۱۰ جلسه قرار گرفتند و گروه گواه هیچ مداخله درمانی دریافت نکردند. بعد از مداخلات، از هر دو گروه پس آزمون گرفته شد و پس از گذشت ۳ ماه از پایان مداخلات، پیگیری (اجرای آزمون) صورت گرفت.

ابزار پژوهش

این پژوهش با روش پدیدارشناسی و با استفاده از مدل گردن تئوری انجام شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار مصاحبه

نیمه ساخت یافته استفاده شده است. تحلیل مصاحبه‌ها در طی فرایند کدگذاری باز، محوری و گزینشی، به کمک الگوی استقرایی کوربین و اشتراوس^۱ انجام شد. در این پژوهش از نمونه‌گیری هدفمند (گلوله برفی) برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان استفاده شده است. به منظور بررسی روایی ابزار تحقیق حاضر از معیارهای انتقال پذیری، اعتماد پذیری، تایید پذیری و راستی استفاده شد؛ البته هر کدام از این معیارها دارای مفهوم و شرح و بسطی هستند که در ادامه توضیح داده شده است. انتقال پذیری به معنای به معنای قابلیت تعمیم نتایج به سایر حوزه‌ها و زمینه‌ها بوده و میزانی است که امکان بکارگیری یافته‌های پژوهش را در موقعیت‌های مشابه فراهم می‌کند که در این تحقیق انجام نمونه‌گیری بصورت گلوله برفی، کفایت اطلاعات جمع‌آوری شده و اعلام نظر ناظرین پژوهش می‌تواند انتقال پذیری را شرح دهد. اعتماد پذیری در اصل به معنا و مفهوم معنای واقعی بودن توصیف‌ها و یافته‌های پژوهشی است و بیانگر آن است که نتایج برآمده از تحقیق گویای برداشت واقعی از داده‌هاست. این بخش با استفاده از روش ارائه گزارش به اساتید مربوطه و توجه به هماهنگی در تفسیر متن مصاحبه‌ها و هدایت درست مصاحبه‌ها در طی ۴۵ روز و بازبینی توسط مصاحبه‌شوندگان برآورده شده است. تایید پذیری به معنای کوشش در جهت احراز شاخص عینیت در پژوهش است و در واقع میزانی است که امکان به کارگیری نتایج تحقیق را در موقعیت‌های دیگر نشان می‌دهد. در این تحقیق این امر با استفاده از روند حسابرسی پژوهشی توسط دو نفر از همکاران خبره و بررسی مجدد مصاحبه‌ها توسط محقق (خودبازنگری توسط محقق) انجام شد. راستی به معنای میزانی است که مشخص کننده آن است که تفسیرها تحت تاثیر اطلاعات ناقص و یا طفره رفتن پاسخگویان قرار نگرفته است. انجام مصاحبه‌ها در جو دوستانه و ارائه اطلاعات به آنها در این فضا باعث شکل‌گیری راستی در این تحقیق گردیده است. به منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق از شیوه میزان همبستگی بین کد گزارهای مختلف استفاده شد و با توجه به نمره بالای (۸۵ درصد) این همبستگی پایایی ابزار مورد تأیید قرار گرفت. برای شرح و تبیین داده‌های گردآوری شده در پژوهش از آمار توصیفی استفاده می‌شود. جامعه آماری زنانی که جراحی زیبایی داشتند، می‌باشند. جامعه آماری در نظر گرفته در کل ۲۰ نفر بود که در نهایت با توجه به اشباع بودن مصاحبه با تعداد ۱۶ نفر به پایان رسید. در ادامه به وضعیت توصیفی اعضای نمونه شامل سن، سطح تحصیلات، وضعیت اشتغال، این بخش بررسی شده است و در قالب جدول (۱) گزارش شده است.

¹- Corbin & Strauss

جدول ۱- متغیرهای توصیفی پژوهش

متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
مدرک تحصیلی			
زیر دیپلم	۳	۱۸.۷۵	۱۹
دیپلم و فوق دیپلم	۲	۱۲.۵	۳۲
کارشناسی	۶	۳۷.۵	۶۹
کارشناسی ارشد و بالاتر	۵	۳۱.۲۵	۱۰۰
سن			
کمتر از ۲۰ سال	۱	۶.۰۲	۶
۲۰-۳۰	۳	۱۸.۷۵	۲۵
۳۱ تا ۴۰	۵	۳۱.۲۵	۵۶
بیشتر از ۴۰ سال	۷	۴۳.۷۵	۱۰۰
وضعیت شغلی			
شاغل	۸	۵۰	۵۰
خانه دار	۵	۳۱.۲۵	۸۱.۲۵
دانشجو	۳	۱۸.۷۵	۱۰۰
وضعیت درآمدی ماهانه			
بدون درآمد	۲	۱۲.۵	۱۳
از هزار تومان تا ۲ میلیون	۲	۱۲.۵	۲۵
از ۲ میلیون تا ۴ میلیون	۳	۱۸.۷۵	۴۵
از ۴ میلیون تا ۶ میلیون	۳	۱۸.۷۵	۶۴
بیش از ۶ میلیون	۶	۳۷.۵	۱۰۰

شرایط علی

شرایطی است که بر مقوله محوری اثرگذار است. شروطی لازم و ناکافی جهت دستیابی به پیامدهای حاصل از به کارگیری راهبرد است. با مصاحبه با مشارکت کنندگان در این پژوهش، عوامل زیر به عنوان شرایط علی شناسایی شدند:

در ابتدای این بخش، شرایط علی جراحی زیبایی بررسی می‌شود و در آن عامل پاندمی کرونا علاوه بر سایر عوامل جامعه شناختی در نظر گرفته می‌شود. در ادامه این بخش در تحلیل کیفی به کدگذاری ثانویه ابعاد کیفی گرایش زنان به اعمال جراحی زیبایی پرداخته می‌شود و عامل پاندمی کرونا در ابعاد کیفی جراحی زیبایی تحلیل می‌شود.

جدول ۲- مفاهیم و مقوله‌های فرعی

مفاهیم	مقوله فرعی
احساس نقص در بدن، خود زشت انگاری	حقارت و خودکم بینی
احساس بی ارزش بودن، احساس ناتوان بودن، احساس پوچ بودن	عدم اعتماد به نفس
میل به زیبایی و تغییر، بهترین بودن، حس رقابت و مقایسه با دیگران	حس برتری جویی و مقایسه
فشارهای اجتماعی درباره معیارهای زیبایی، ترس از نظر دیگران، روابط اجتماعی	فشارهای اجتماعی
تغییر پیدا کردن ملاکهای زیبایی در جامعه، جامعه پذیری، تغییر فرهنگ جامعه	ارزشمندی ظاهر در جامعه
میل به زیبا و جذاب نشان دادن خود، تمایل به زیباتر شدن	میل به زیبایی و جذابیت ظاهری
میل به تغییر، رسیدن به چهره دلخواه و احساس جوانی	ابراز بدن (جستجوی جوانی)
الگوی جهانی، ترکیب دنیای مد با واقعیت	زیبایی مهمترین اصل دنیای امروز
همنوابی با خواسته های اجتماعی گروه های عضو، ترس از تمسخر در همسالان، شبکه های اجتماعی و خانوادگی، گروه کاری، دایره ی دوستان	گروه های مرجع
تاثیر تبلیغات رسانه های اجتماعی، ماهواره، تشویق پزشک جراح	تبلیغات و رسانه ها
افزایش درآمد، سرمایه مالی زیاد، پول اضافی	سرمایه اقتصادی
هنجارهای ذهنی منفی، فرهنگ عمومی جامعه، فرهنگ خانواده و فامیل، عرف خانوادگی	سرمایه فرهنگی

الگوی رفتاری تحقیر آمیز در خانواده، تابوی جراحی	مخالفت اطرافیان با جراحی
نارضایتی از جراحی، حوادث ناگوار در جراحی	تجربه منفی دیگران از جراحی
محدودیت در خانواده، مشکلات اقتصادی، عدم همراهی	تعارض های خانوادگی
ایجاد حس ضرورت عمل جراحی، انتقال تجارب به خانواده مشورت با پزشک و تایید مشکل، بحث و گفتگو با خانواده به مدت طولانی، انتقال نگرانی ها و دغدغه ها به اطرافیان، ایجاد حس مشترک	سعی در توجیه جراحی
کسب رضایت خانواده، تهیه ی هزینه های مالی لازم جهت انجام جراحی، انتخاب و تعیین زمان مناسب، بررسی و هماهنگی با شرایط اجتماعی، (مرخصی تحصیلی، شغلی و ..)	فراهم آوردن اقدامات اولیه
احساس شادی، احساس موفقیت، احساس سلامتی بدون نقص، احساس درونی مثبت	احساس رضایت از خود
احساس ارزشمندی بیشتر، احساس خودکارآمدی، احساس توانا بودن، احساس احترام به خود	بهبود اعتماد به نفس
جذب جنس مخالف، فرصت ازدواج، فرصت شغل بهتر، پذیرش همسالان	بهبود فرصت های اجتماعی
مورد توجه قرار گرفتن، توجه به نظرات من، مرکز گفتگوهای جمعی، نیاز به تایید من	مورد توجه قرار گرفتن
ریسک پذیر شدن، عدم حساسیت به نظر دیگران، احساس تایید درونی، جلوه ی بیرونی قابل قبول، کسب رضایت همسر	کسب تایید دیگران
صرفه جویی در زمان، صرفه اقتصادی	فایده مندی
پوشاندن معایب صورت با زدن ماسک-استراحت کافی به دلیل کاهش ساعات اداری	تاثیر مثبت کرونا
مبتلا شدن به کرونا-خنثی بودن وبی تاثیر بودن کرونا	تاثیر منفی کرونا

بداند. عدم اعتماد به نفس نقطه مقابل این احساس می باشد که شامل مفاهیمی چون احساس ارزشمند بودن، احساس ناتوان بودن همراه است در بین مصاحبه شوندگان افرادی را می بینیم که از خودشان راضی نیستند و خودشان رنج می برند و احساس خرسندی ندارند بخاطر اینکه به هویت اصلی که باید برسند، نرسیده اند.

بعنوان مثال مصاحبه دوازدهم: به خاطر اینکه صورتم لاغر بود و سنم رو بالا نشون می داد. اعتماد به نفسم رو از دست داده بودم ولی بعد از تزریق چربی صورتم پر شد و جوانتر بنظر رسیدم و اعتماد به نفسم بالا رفت. اصرار همسرم برای جراحی زیبایی هم نقش داشت.

فشارهای اجتماعی: در معنای کلی عبارت است از نیروهای بالفعل یا بالقوه اجتماعی در جهت کنترل اندیشه، رفتار یا عمل انسان ها و یا هدایت آن در مسیری خاص. در معنای محدودتر، فشار اجتماعی بر افکار عمومی اطلاق می شود؛ یعنی نیرویی که در جامعه یا گروه به چشم می خورد و اعضاء را به پذیرش رفتار و سلوکی منطبق با الگوهای کلی مسلط، اندیشه های مکتسب، گروه و عادات پذیرفته و می دارد. مصاحبه شونده سیزدهم توضیحش را اینگونه شرح داد که: از وقتی یادم می اد دوره دبیرستان که می رفتم همه دوستانم انواع عمل های زیبایی رو انجام داده بودند. از تاتوهای دایمی ابرو و پلک گرفته تا لیفتنینگ صورت و این اواخر در دانشگاه که انگار کسی بینی اش رو عمل نمی کرد، نمی تونست حتی یک دوست درست و حسابی پیدا کنه خیلی ها عمل زیبایی نکردن رو نشونه بی کلاسی طرف تلقی می کنن. به

حقارت و خودکم بینی: از پرتکرارترین مفاهیمی که در همه مصاحبه ها به دفعات زیاد به آن برخورد شد، مفاهیمی بودند که بعد مشکلات رفتاری و روانی مشارکت کنندگان در برخورد با جامعه و دنیای بیرون را به وضوح بیان می کرد. حقارت و خود کم بینی به عنوان هر رفتار یا احساسی منفی (شامل کم ارزش بودن خود، پایین تر دانستن خود، احساس پوچی و ضعف در برابر دیگران، احساس ناتوانی و ...) که فرد در مواجهه با دنیای بیرون و اطرافیان خود درباره خود به دست می آورد.

مصاحبه شونده شماره دهم: ۴۵ سال سن دارم مجرد هستم و شاغل و لیسانسه هستم عمل جراحی بینی رو به علت افتادن من مجبور شدم این کار روانجام بدم و احساس تحقیر خاصی داشتم و دوست داشتم چهره ام رو تغییر بدم کلاً از زیبایی چهره خوشم میاد و اگه کاری لازم باشه انجام می دم و تزریق چربی هم انجام دادم و احساس رضایت دارم.

حس برتری جویی و مقایسه: هر فردی در طول دوره زندگی خود و در مراحل مختلف آن از کودکی گرفته تا بزرگسالی به نوعی از رقابت و مقایسه دست می یابد که گاه این احساسات به صورت منفی و گاهی بصورت مثبت بروز می کند.

مصاحبه شونده شماره دهم: مجرد. کارشناسی ارشد - ۳۵ ساله: خیلی راضی هستم از عمل جراحی روی اعتماد به نفس من تاثیر گذاشت و حس بهتری دارم و روی زیبایی من هم تاثیر گذاشته و حس بهتری نسبت به صورتم دارم.

اعتماد به نفس: یکی از مهمترین احساسات درونی است و به معنای این است که انسان خودش را عمیقاً ارزشمند و توانمند

یک نقطه عطف در جراحی زیبایی با مفاهیمی چون کسب رضایت خانواده، تهیه ی هزینه‌های مالی لازم جهت انجام جراحی، انتخاب و تعیین زمان مناسب، بررسی و هماهنگی با شرایط اجتماعی (مرخصی تحصیلی، شغلی و ..) همراه می‌باشد. مصاحبه- شونده یازدهم چنین بیان می‌کند: شاید باورش سخت باشه ولی من از دو سال قبل از عمل جراحی، برای راضی کردن و توجیه همسرم برنامه‌ریزی کردم و شروع کردم با انواع ترندها همسرم رو برای رضایتش برای عمل جراحی توجیه کردم.

شرایط زمینه ای

گروه‌های مرجع: هر گروهی را که افراد به عنوان یک استاندارد برای ارزیابی خود و رفتار خود از یک مرجع استفاده می‌کنند، گروه مرجع می‌نامند. گروه‌های مرجع برای ارزیابی و تعیین ماهیت یک شخص یا ویژگی‌های دیگر گروه و ویژگی‌های جامعه‌شناختی مورد استفاده قرار می‌گیرند. این گروهی است که فرد با آن رابطه دارد یا از لحاظ روان‌شناسانه اشتیاق رابطه با آن را دارد.

تبلیغات و رسانه‌ها: در دنیای امروز یکی از مهم‌ترین ابزار موثری که در جهت‌دهی و الگو گیری رفتارهای افراد موثر است تبلیغات و رسانه‌های مختلف هستند. مصاحبه‌شونده دوم می‌گوید: شما خودتون اینستا دارید، احتمالاً هر بار که یک پیج و صفحه رو باز کردید دیدین که پایین پیج تبلیغات انواع جراحی‌های زیبایی رو انجام می‌دن. من بطور تصادفی به یکی از این صفحات برخوردم وقتی رفتم توی پیجش کنجکاو شدم و فالووش کردم از اون بعد هر روز کارهاشون رو دنبال می‌کردم. کم کم با این تبلیغات و زیبایی‌های که تبلیغ می‌کردند، وسوسه شدم و نهایتاً خودم هم از همون دکتر وقت جراحی گرفتم که از کارش هم خیلی راضی هستم.

سرمایه اقتصادی: در خلال مصاحبه‌ها، وجود یک سرمایه اقتصادی به عنوان یکی از مهم‌ترین دلایل تسهیل‌گر در جراحی- های زیبایی بسیار زیاد بیان شد؛ به عبارتی اکثریت مصاحبه‌شونده اعلام می‌داشتند که وقتی مشکل مالی و اقتصادی موضوع جراحی حل می‌شد، عوامل دیگر برای مخالفت بیشتر رنگ می‌باخت. از طرفی در افرادی با طبقه اقتصادی بالاتر، عمل جراحی به عنوان یک استفاده یا مزیت سرمایه اقتصادی پذیرفته شده است. مصاحبه‌شونده پنجم سخنش را اینگونه آغاز می‌کند که: دارندگی و برزندگی، به هر حال ما وضعیت اقتصادیمون خیلی خوب هست و هیچ وقت یک موضوع یا مسئله نبوده که با پول حل نشه، من وقتی احساس کردم که چربی‌های شکمی‌ام داره از حد نرمال بیشتر می‌شه و رژیم و ورزش و .. دیگه جواب نمی‌ده، خیلی

هر حال این همه فکرها و نگاه‌ها روی روح آدم تاثیر بدی می‌گذاره.

ارزشمندی ظاهر در جامعه: این ارزش‌ها هستند که با مشخص کردن خوبی‌ها و بدی‌ها و امور مطلوب برای افراد جامعه، چراغ هدایت رفتار فردی و گروهی را برمی‌افروزند، با گذشت تغییرات روز افزون در سبک و ارزش‌های فعلی جامعه در میان مصاحبه‌شوندگان ظاهر به عنوان یک ارزش در عمومیت جامعه پذیرفته شده است.

ابراز بدن (جستجوی جوانی): میل به زیانمایی و جلوه‌گری و ابراز خود از طریق بدن، مقوله‌ای است که در این پژوهش به‌دست آمده است. وقتی احساس می‌کنید که جوان هستید، انعطاف‌پذیری روحی بالاتری دارید. مصاحبه‌شونده شماره نهم بیان کرده است که: شاید باورش خیلی سخت باشه ولی از وقتی که چهره‌ام و بینی‌ام رو عمل کردم احساس می‌کنم خیلی سنم پایین‌تر از سن واقعی‌ام نشون داده می‌شه. یعنی حتی دوست‌های جدید پیدا کردم خیلی حس خوبی هست که خودت رو جوونتر از سن واقعی‌ات ببینی. یکی از شرکت‌کنندگان در پژوهش در مصاحبه یازدهم که خود را به عنوان یک فرد امروزی و به روز معرفی می‌کرد، نقل قول‌هایی از برخی مجلات و سایت‌ها عنوان می‌کرد با این مضمون که دنیای پزشکی امروز بر اساس صنعت زیبایی به سمتی پیش رفته که علوم مختلف پزشکی و مخصوصاً ژنتیک، زیبایی و حذف هر گونه نقصی را در بدن انسان به عنوان مهم‌ترین هدف بشر در آینده قرار داده‌اند. به نظر ایشان زیبایی بدن، فعلاً به عنوان مهم‌ترین فاکتور و اصل جهانی پذیرفته شده و تنها راه دستیابی به آن در این برهه، جراحی زیبایی است.

راهبردها

تاکتیک‌های روتین و یا استراتژیک و چگونگی اداره کردن موقعیت‌ها، مسائل و مشکلاتی که شخص در راستای پدیده محوری با آن مواجه است را کنش/ واکنش یا راهبرد نامیده می‌شود. راهبردها اقدامات سنجیده و هدفمندی هستند که برای حل مسائل و مشکلاتی که در راستای مدیریت پدیده توسط فرد، سازمان، جامعه یا ملت‌ها انجام می‌شود (۳۲).

سعی در توجیه عمل جراحی زیبایی: مفاهیمی چون ایجاد حس ضرورت عمل جراحی، انتقال تجارب دیگران به خانواده، مشورت با پزشک و تایید مشکل، بحث و گفتگو با خانواده به مدت طولانی، انتقال نگرانی‌ها و دغدغه‌ها به اطرافیان، ایجاد حس مشترک تشکیل می‌شود.

فراهم آوردن اقدامات اولیه: اقدام مهم بعد از توجیه عمل جراحی زیبایی فراهم آوردن همه ی نیازها و الزامات لازم برای انجام عمل جراحی می‌باشد. در مصاحبه، این مقوله به عنوان

می‌تواند به عنوان یک عامل نگهدارنده بیرونی قابل لمس تاثیر بسزایی در انتخاب اقدام به جراحی‌های زیبایی شود.

تعارض‌های خانوادگی: مصاحبه‌شونده‌ها همگی با بیان جمله «اعضای خانواده‌ام هیچ وقت به طور همدل و هماهنگ از این موضوع حمایت نکردند و همیشه یکی ساز مخالف می‌زد به طورایی بین خودشون هم بحث بود، هم مخالف داشتم هم موافق». این موضوع به عنوان یکی دیگر از عوامل مداخله‌گر منفی در جراحی زیبایی مورد توجه مصاحبه‌شونده‌ها بود.

راحت با یک جراحی زیبایی مشکل برطرف کردم. از بهترین جراح و بالاترین قیمت هم استفاده کردم که خیالم راحت باشه.

شرایط مداخله‌گر

تجربه‌های منفی دیگران از جراحی: طبیعی است که برای شروع هر کاری، پرس و جوهای متداول از افراد دارای تجربه می‌تواند راه گشا یا هدایتگر مناسبی در برخی جنبه‌های موضوع باشد. برخی مصاحبه‌شونده‌ها از تجارب منفی دیگران به عنوان یکی از عوامل مداخله‌گر که مانع روانی بزرگی در فرد ایجاد می‌کرد، حس از دست دادن یا تکرار تجربه ی تلخ و ناخوشایند

جدول ۳- پیامدها

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
احساس شادی، احساس موفقیت، احساس سلامتی بدون نقص، احساس درونی مثبت	احساس رضایت از خود	مقوله اصلی
احساس ارزشمندی بیشتر، احساس خودکارآمدی، احساس توانا بودن، احساس احترام به خود	ارتقا اعتماد به نفس	پیامدها
جذب جنس مخالف، فرصت ازدواج، فرصت شغل بهتر، پذیرش همسالان	بهبود فرصت‌های اجتماعی	پیامدها
مورد توجه قرار گرفتن، توجه به نظرات من، مرکز گفتگوهای جمعی، نیاز به تایید من	مورد توجه قرار گرفتن	پیامدها
ریسک پذیر شدن، عدم حساسیت به نظر دیگران، احساس تایید درونی، جلوه ی بیرونی قابل قبول	کسب تأیید دیگران	پیامدها
صرفه جویی زمان، صرفه اقتصادی	فایده مندی	پیامدها

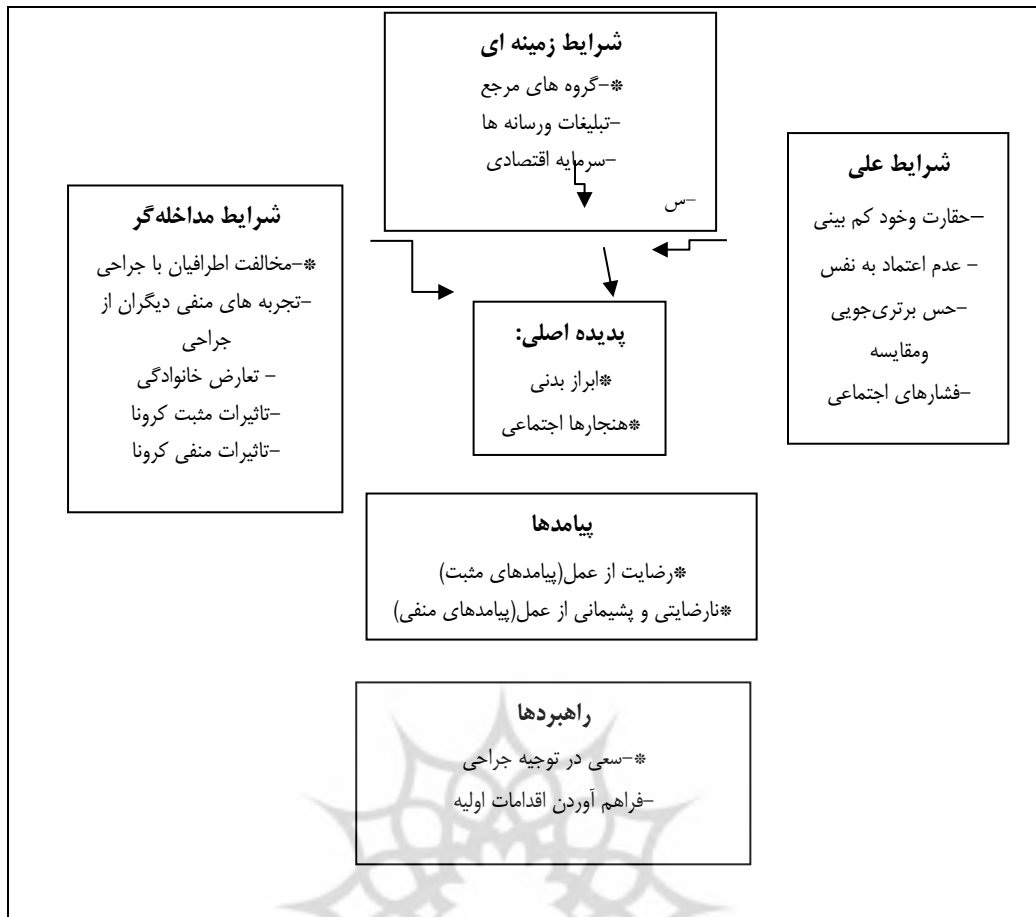
بازدیدهای اقوام و آشنایان تمایل کمتری به عمل‌های جراحی زیبایی داشتیم.

تاثیر منفی کرونا

مصاحبه‌کننده شماره چهارم: ۴۵ ساله -متاهل- کارشناسی ارشد جراحی بینی و زاویه‌سازی فک: بعد از انجام جراحی در دوران کرونا، متاسفانه مبتلا شدم به کرونا. چند روزی در بیمارستان بستری شدم و به موقع رفتم که ریه‌هام درگیر نشده بود. بعد از چند روز بهبود یافتیم و مرخص شدم

تاثیر مثبت کرونا

کرونا به دلیل محدود شدن ساعات اداری و دیده نشدن جراحی، به دلیل زدن ماسک و استراحت کافی تاثیر مثبت داشته است. مصاحبه شماره پنجم: ۳۵ ساله -مجرد- کارشناسی ارشد جراحی بینی و تزریق چربی رو انجام داده بودم. به خاطر کرونا ماسک می‌زدم و معایب صورتم مشخص نمی‌شد و روزهایی که ادارات تعطیل می‌شد من استراحت می‌کردم و برای من تاثیر مثبت داشت. اما در ایام کرونا در مجموع بخاطر کاهش مراسم و



نمودار ۱- مدل پارادایمی جراحی زیبایی زنان

جدول ۴- کدگذاری ثانویه ابعاد کیفی گرایش زنان به اعمال جراحی زیبایی

کد نمونه	مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۷-۶-۴-۲	احساس پیری و رخوت قبل عمل	توجهات روانی نفسی	خودنگاره منفی زنان
۷-۵-۳-۱	احساس ترس و دلهره ناشی از پاندمی کرونا		
۷-۴-۱	احساس شکست		
۷-۵-۳	احساس ناامنی		
۱۰-۷-۶	پنهان نمودن معایب صورت با ماسک		
۴-۳	از خودبیگانگی		
۸-۷-۴-۲	خودکم بینی		
۵-۴-۲-۱	احساس نقص در بدن		
۷-۶-۵	تحقیر توسط دیگران		
۱۴-۱۲-۸-۷-۵-۳-۲	خود زشت انگاری		
۱۰-۹-۸-۷-۵-۳-۱	خودپنداره منفی		
۹-۸-۵-۳-۱	ترس از پیری		
۷-۶	جذب جنس مخالف	توجهات روانی نفسی	خودنگاره منفی زنان
۱۵-۱۳-۱۲	فشار هنجاری از طرف مردان برای زیباتر شدن		
۹-۸-۷-۶-۴	انزوای اجتماعی ناشی از کرونا		
۶-۸	عدم پذیرش و القاء القاب نامناسب به فرد		

۱۱-۹-۸-۷-۵-۴	کسب رضایت همسر		
۱۰-۹	رکود کارایی در محیط های شغلی	واکنش تلافی	
۱۰-۸-۷	تداوم و استحکام زندگی		
۸-۱۶-۱۵-۱۴-۱۲	کسب مقبولیت اجتماعی در شرایط خاص پاندمی کرونا		
۱۲-۹	کمال خواهی در ویژگی های بدن		
۶-۸-۷	تبلیغات پزشکان	پروپاگاندا	
۱۲-۹-۸	تبلیغات شبکه های اجتماعی و ماهواره ای		
۱۱-۱۰-۸-۵-۴-۳-۱	تبلیغات و ترغیب دیگران		
۱۵-۱۳-۱۲-۱۰-۸-۷	تایید اجتماعی	هنجارهای اجتماعی	
۱۵-۱۴-۱۲-۱۰	افزایش امکان مرادوات اجتماعی و عضویت فرد در گروه های اجتماعی		
۱۳-۱۱-۳-۴-۶-۸-۷	نوسازی جامعه و افکار افراد (تغییر ارزش های اجتماعی و فرهنگی)		
۱۵-۱۴-۱۳-۱۰-۹-۸-۷	هنجارها و ارزش های غالب اجتماعی	فرد تفسیر اجتماعی	
۹-۸-۷	وجود پزشکان ماهر (توجیه جراحی)		
۱۲-۱۱-۱۰-۸-۷	همرنگی با جماعت (جامعه پذیری)		
۱۶-۱۵-۱۳-۱۰-۹	متعارف شدن جراحی زیبایی		
۱۱-۸-۷-۵-۳-۲-۱	حمایت خانواده و همسر		
۱۶-۸-۷-۵-۴-۳	نوع واکنش فامیل و نزدیکان	انگاره های مذهبی- اعتقادی	
۱۲-۹-۷-۳	حساسیت فرد به قضاوت اجتماع		
۱۳-۱۱-۸-۵-۴-۳	تغییر ارزش ها و معیارهای منزلت		
۱۰-۹-۸	احساس التزام جهت عمل جراحی		
۱۵-۱۳-۱۱-۱۰	اعتقاد به مناسک مذهبی	اعتماد	
۱۱-۱۰	عدم تعارض دین با جراحی		
۱۴-۸-۱۲	کمرنگ شدن دین و عقاید مذهبی		
۱۴-۱۳-۱۲	اعتماد به متخصصان		
۱۰-۹-۸-۴-۱	تمایل به زیباتر شدن	ابزار کرنایی بدنی	
۱۲-۱۰	کسب لذت از زیبایی چهره		
۸-۷-۶	تحقق آرزوها		
۱۲-۱۰-۹-۸-۵-۴-۳-۱	احساس جوانی و طراوت		
۱۶-۱۵-۱۲-۱۱-۱۰-۸-۷	رسیدن به چهره دلخواه		
۱۶-۱۵-۱۴-۱۲-۸-۷-۵-۳-۱	افزایش اعتماد به نفس		
۱۵-۱۰-۹	میل به جذاب نشان دادن خود		
۱۴-۱۱-۹-۸-۷	احساس نیاز روحی و جسمی در شرایط سخت پاندمی کرونا	انگیزه های درونی کسب زیبایی	
۱۳-۱۰-۹-۸-۷	وسواس زیبایی		
۱۱-۹-۷	نگاه زیباشناسانه به بدن		
۹-۸	تأمین سلامت روان از قبل زیبایی		
۱۵-۱۴-۱۲-۱۰-۸-۵-۴-۳-۱	انگیزه های درونی شخص متقاضی		
۱۳-۱۲	وجود انگیزه های فراشخصی		
۱۲-۹-۶-۷-۴-۳	مقایسه ظاهر خود با دیگران	رقابت	
۹-۸	تقلید از جراحی دیگر بانوان		
۱۲-۹-۱۰	فخر فروشی		

فشارهای هنجاری بیرونی

فشارهای هنجاری درونی

۹-۸-۷-۴	فقدان سرگرمی و شغل مناسب	بسترهای شناختی - روان شناسانه	زیننه های روان شناختی زیبایی
۱۱-۵-۳	عدم تاثیر دیگران در تصمیم به انجام عمل		
۱۰-۸-۵-۴-۲	تغییر وضع زندگی کسالت بار در ایام پاندمی		
۱۴-۱۲	استاندارد شدن زیبایی		
-۶-۸-۱۱-۱۰	بت شدن زیبایی چهره و اندام		
۸-۶-۵	رسانه ای شدن بدن		
۱۶-۱۵-۱۴-۱۳-۱۲	مبنا قرارگرفتن زیبایی در رسانه های اجتماعی		
۸-۷-۵-۳	اکتسابی شدن زیبایی	اجبار پزشکی	
۱۶-۱۱-۸-۷-۴-۳	ابزاری شدن بدن		
۱۳-۱۲	اجبار پزشک معالج		
۹-۸-۷	افتادگی پلک به دلیل رژیم		
۹-۸	پیشرفت علم جراحی زیبایی	پایگاه اقتصادی و اجتماعی	بازخورد عملیاتی عمل
۱۴-۱۲-۱۱-۹-۸-۷	اختلال در زندگی روزمره		
۱۳-۱۱-۱	عدم اشراف تخصصی پزشکان معالج		
۹-۸-۷	خطر عدم امکان ازدواج و بچه دار شدن	پایگاه اقتصادی و اجتماعی	بازخورد عملیاتی عمل
۱۵-۱۴-۹-۷-۶-۴-۲-۳	ناراحتی های روحی و جسمی پس از عمل از جمله ابتلا به کرونا		
۱۳-۱۲-۹-۸-۷-۶-۴-۳	رسیدن به چهره دلخواه		
۱۴-۱۲-۱۰-۹-۸-۶-۴-۲-۱	فرصتی برای تمایز		
۱۰-۸-۷-۶-۴-۲	کسب موقعیت ازدواج و پسندیده شدن		
۱۵-۱۶-۱۳-۱۱-۴-۵-۳-۱	تغییرات مثبت فیزیکی	پایگاه اقتصادی و اجتماعی	بازخورد عملیاتی عمل
۱۲-۱۱-۹-۴-۲	داشتن تمکن مالی		
۱۰-۸-۷-۲-۴-۳	افزایش سطح تحصیلات		

خودانگاره منفی زنان

ماسک، از خودبیگانگی، خودکم بینی، احساس نقص در بدن، تحقیر توسط دیگران، خود زشت انگاری، خودپنداره منفی و ترس از پیری مهم ترین مولفه های تشکیل دهنده این مقوله هستند. مصاحبه شونده شماره ۱، ۳۵ ساله با درجه تمکن مالی بالا و برخوردار از تحصیلات عالی دانشگاهی که اقدام به عمل جراحی بینی نموده است در این باره می گوید: "قبل از عمل جراحی زیبایی بینی احساس می کردم بینی ام روی صورتم زشت هستش و اعتماد به نفسم پایین اومده بوده به خاطر این مسئله تایید دیگران هم برای من مهم بوده برام مهم بود که بهم بگن خیلی جذاب تر شدی و چقدر بهت میاد بینی جدید و تاثیر مثبتی در روابطم داشت". در مصاحبه شماره سوم (۳۵ ساله - متاهل - کارشناسی) به مفهوم احساس نقص در بدن اشاره شده است: "احساس نقص در بدن داشتم و از صورتم راضی نبودم و احساس می کردم در عکس های جمعی زشت نمایش داده می شم و سلیقه شخصی بوده و حرف اطرافیان روم تاثیر نداشت".

یافته های پژوهش نشان می دهد که بیشترین مفاهیم مربوط به ابعاد کیفی گرایش زنان به عمل جراحی زیبایی در ایام پاندمی کرونا، مربوط به بعد اصلی خودانگاره منفی زنان می باشد. این مقوله، دربرگیرنده سه مقوله فرعی منفی گرایشی، ترس از طرد شدن ناشی از تداوم پاندمی کرونا و واکنش های تدافعی و استحکام بخشی به ساختار خانواده می باشد.

منفی گرایی ذهنی: در این پژوهش برخی مصاحبه شوندگان علت جراحی زیبایی خود را در ایام کرونا تصویر منفی ذهنی به خود می دانستند و به نوعی در بدن خود نقص و زشتی احساس می کردند و آنها برای از بین بردن این حس و اینکه حس بهتری نسبت به خود داشته باشند، به جراحی زیبایی اقدام نمودند. بر اساس این پژوهش احساس پیری و رخوت قبل عمل، احساس ترس و دلهره ناشی از پاندمی کرونا، احساس شکست، احساس ناامنی، پنهان نمودن معایب فوقانی صورت به دلیل استفاده از

شماره ۳، ۳۴ ساله و مجرد و شاغل در این باره می‌گوید: "از زمانی که عمل کردم احساس می‌کنم در محل کار بیشتر تحویلیم می‌گیرم و راحت تر می‌تونم برم تو خیابون واسه خرید و یا قدم زدن". مصاحبه شونده شماره ۶، ۳۵ ساله با تحصیلات کارشناسی ارشد مجرد در این زمینه جالب توجه می‌باشد. او می‌گوید: "اون اوائل هدف اصلی من از جراحی زیبایی یافتن موقعیت ازدواج و جلب نظر برای جنس مخالف بود. چون که مردای ایرانی خیلی به ظاهر زن اهمیت میدن. خیلی راضی هستم از عمل جراحی روی اعتماد به نفس من تاثیر گذاشت و حس بهتری دارم".

کمال‌گرایی در ویژگی‌های بدن نیز در گفتار بسیاری از شرکت‌کنندگان در مصاحبه هویدا بود. در واقع این دسته از افراد از نوعی ویژگی شخصیتی بهره می‌بردند که از هر تلاشی جهت بی‌عیب بودن استقبال می‌کردند. در واقع این دسته از افراد از تلاش و کوشش برای برتری و کمال لذت می‌برند. مصاحبه شونده شماره ۷، ۴۳ ساله، متأهل و دارای تحصیلات کارشناسی ارشد از حس لذت‌طلبی خویش به هنگام برخورداری از زیبایی بعد عمل می‌گوید: "بنده به لحاظ شخصی دوست دارم که ظاهرم بی‌عیب باشه و هر هزینه‌ای که لازم باشه رو حاضر بدم. از اینکه در جمع خوش ظاهر و زیبا باشم، بسیار خوشنود می‌شوم".

فشارهای هنجاری بیرونی

این مقوله اصلی، خود شامل ۵ مقوله فرعی تبلیغات و برنامه‌های پروپاگاندا، هنجارهای اجتماعی، تفسیر اجتماعی فرد، انگاره‌های مذهبی - اعتقادی و اعتماد به تخصص پزشکان می‌باشد.

انگاره‌های مذهبی - اعتقادی: اعتقادات مذهبی به عنوان یکی از منابع اصلی در برگزیده قواعد اخلاقی هر جامعه باعث مدیریت کنشگر انسانی به شیوه‌های آگاهانه ویا ناآگاهانه و ظاهر فیزیکی فرد می‌گردد. مطالعات و مصاحبه‌های انجام شده با زنان مورد مطالعه، گویای آن بود که بخشی از آنان قائل به رعایت مناسک و مناسبات مذهبی بوده و درعین حال به این باور رسیده بودند که دین و مناسک آن تضاد و تعارضی با جراحی زیبایی بدن ندارد. در زمینه نقش اعتقادات دینی و مذهبی بر انجام اعمال جراحی زنان، شرکت‌کننده شماره ۱۵، ۶۰ ساله، متأهل و دارای تحصیلات کارشناسی ارشد می‌گوید: "اینقدر این دوره زمانه دین کم‌رنگ شده بعضی عقاید رو قبول دارم بعضی رو قبول ندارم". مصاحبه شونده شماره ۸، ۴۸ سال، متأهل و دارای مدرک کارشناسی ارشد در این زمینه می‌گوید: "در خانواده مذهبی متولد شدم و در مراسمات مذهبی شرکت می‌کنم و اعتقاد دارم دین بازدارنده اعمال بد هست و دین مقوله واجبیه هستش. بنظرم دین

ترس از طرد شدن: در قالب انجام مصاحبه‌های عمیق با مصاحبه‌شوندگان مشخص گردید که یکی از دلایل تن دادن بانوان به اعمال جراحی در ایام کرونا، ترس ناشی از طرد شدن آنها توسط همسرانشان و نیز جلب رضایت شوهر و حفظ و پایداری زندگی آنها بوده است زیرا به دلایل شرایط کاری در ایام کرونا، زوجین زمان بیشتری را در خانه سپری می‌کردند. براساس این پژوهش جذب جنس مخالف، فشارهنجاری از طرف مردان برای زیباتر شدن، انزوای اجتماعی ناشی از پاندمی کرونا، عدم پذیرش فرد در اجتماع و انتساب القاب نامناسب به فرد، مهم‌ترین زیرمقوله‌های تشکیل‌دهنده این موضوع هستند.

مصاحبه شونده شماره ۲، ۴۵ ساله با تحصیلات کارشناسی ارشد و برخوردار از پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالا در جامعه در توجیه دلیل روی آوردن به انجام عمل بینی و زاویه بندی آن می‌گوید: "هم جراحی بینی رو انجام دادم و هم صورتم رو زاویه زدم - زاویه‌سازی صورت خوب بود، ولی بینی‌ام جالب نشد خیلی ناراحت شدم و پشیمون شدم ولی زاویه خیلی عالی شد - شوهرم استاد هستش با دختران زیبا و رنگارنگ سرو کار داره و دخترهای این دوره و نمونه برای اینکه برای ما مشکل ایجاد نشه در زندگی.... و همسران ما به تبلیغات ماهواره و شبکه‌های مجازی و دیدن خانم‌های زیبا همسرانشون رو مقایسه می‌کنند با این خانم‌ها برای حفظ زندگی این کار رو انجام می‌دهیم. من به دوستانم هم توصیه می‌کنم این کار رو انجام بده. متخصصان پوست سرشون شلوغ تر از بقیه پزشکان هست این نشون می‌ده جامعه پذیرای اینجور مسایل هست نمی‌شه منکر شد همه دوست دارن زیباتر و جواتر جلوه کنند و همسران ما خوششون میاد و جامعه ما می‌پذیره این کار رو انجام بدیم". مصاحبه شونده شماره ۴، ۳۸ ساله متأهل و دارای مدرک کارشناسی ارشد و شاغل در بخش دولتی درباره علت انجام عمل کاشت ابرو می‌گوید: "جراحی زیبایی به راهکاری هستش برای جلب رضایت همسر و در مقابل همسرم زیباتر جلوه کنم تا یه دیگران نیز بی اهمیت نیست نظر مردم و قضاوت دیگران تاثیر می‌زاره روی اشخاص بهر حال فایده ای برای من نداشت فقط در ایام کرونا به دلیل استفاده از ماسک و پوشاندن بخش‌های زیادی از صورت، کاشت ابرو می‌تونست احساس بهتری به من بده".

واکنش‌های تدافعی و استحکام بخشی به ساختار خانواده: از دیدگاه زنان مصاحبه‌شونده، از طریق زیبایی می‌توان هم جلب توجه عمومی نمود و هم توجه جنس مخالف را به سمت خود جلب نمود. مفهوم عامیانه این تعبیر می‌تواند کسب مقبولیت اجتماعی باشد. به این معنا که بدن یک زن در تضاد با انگاره‌های مقبول جامعه از منظر شکل، قد، زیبایی و ... باشد، آن زن فاقد کنترل و منزلت در نظر گرفته می‌شود (۲۷). مصاحبه شونده

مشکلی با این عمل (جراحی زیبایی) نداره و دین مخالف شادی انسان نیست".

تبلیغات و برنامه‌های پروپاگاندا: بدون تردید در عصر حاضر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند افکار، عقاید و سلاطین بانوان را تحت تاثیر قرار دهند و تمایل و دیدگاه‌های آنها را نسبت به زیبایی عوض کنند؛ در واقع رسانه‌ها با معرفی هنجارهای ساختگی زیبایی و ارائه آن به مخاطبان می‌توانند دیده مدیریت بدن را از طریق جراحی‌های زیبایی در بانوان کنترل و مدیریت نمایند. در این رابطه قادرزاده، خالق پناه و خزائی (۲۵) به نقل از الیوت به این نکته اشاره نموده اند که افزایش توجه به کوچک‌ترین شکل تغییر بدن از عناصر اصلی فرهنگ رسانه‌ای است.

شرکت کننده شماره ۱، ۳۵ ساله، متاهل و کارمند در روبرویی با این سوال که چرا جراحی زیبایی اینقدر شایع شده و چه چیزی باعث شده که تن به جراحی زیبایی بدهد، اینگونه پاسخ داد: "نوع عمل جراحی من جراحی بینی انجام دادم - راضی هستم پزشکم با صحت‌هایش منو راضی کرد این کار رو انجام بدم منم متقاعد شدم و راضی هستم و حرف اطرافیان و دوستان روم تاثیر نداشته و بخاطر سلیقه شخصی این کار رو انجام دادم یه حس خوب بهم دست داد و اعتماد به نفسم هم بیشتر شد". مصاحبه‌شونده شماره ۴، ۴۵ ساله، متاهل و کارشناس ارشد در این رابطه می‌گوید: "همسران ما به تبلیغات ماهواره و شبکه‌های مجازی و دیدن خانم‌های زیبا همسرانشون رو مقایسه می‌کنند. با این خانم‌ها برای حفظ زندگی این کار رو انجام می‌دهیم، من به دوستانم هم توصیه می‌کنم این کار رو انجام بده. متخصصان پوست سرشون شلوغ تر از بقیه پزشکان هست این نشون می‌ده جامعه پذیرای اینجور مسایل هست نمی‌شه منکر شد همه دوست دارن زیباتر و جواتر جلوه کنند و همسران ما خوششون میاد و جامعه ما می‌پذیره این کار رو انجام بدیم". مصاحبه‌شونده شماره ۳، ۳۴ ساله، کارشناس ارشد و مجرد بر این باور است که: "جراحی زیبایی بینی و تزریق ژل رو انجام دادم اولش بخاطر توصیه دیگران بود وقتی عمل رو انجام دادم رضایت داشتم. دلیل خاصی نداشته به خاطر توصیه دیگران و احساس کردم به نتیجه دلخواه می‌رسم البته شبکه‌های مجازی رو دنبال می‌کردم و رضایت داشتم عمل رو انجام دادم و راضی هستم".

درک افراد از خود و درک دیگران از آنها عمدتاً متأثر از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی است. هنگامی که در جامعه جذابیت فیزیکی و ظاهری مینا قرار می‌گیرد؛ همانگونه که دیگران به جذابیت اهمیت می‌دهند، فرد نیز تحت تاثیر فرهنگ اجتماع خویش، ارزشمندی را در داشتن فیزیک بدنی جذاب جستجو خواهد کرد؛ از اینرو نوع واکنش فامیل و آشنایان نسبت

به جراحی زیبایی و زبان تایید و یا سرزنش آنها در نوع قضاوت فرد به ارزشمندی کار خویش اثرگذار خواهد بود. در چنین شرایطی شاهد تغییر انگاره‌های منزلت اجتماعی خواهیم بود و پیامد این نوع نگاه می‌تواند منجر به احساس التزام فرد نسبت به انجام عمل زیبایی بدن گردد. مصاحبه‌شونده شماره ۵، ۳۰ ساله، شاغل و متاهل و دارای تحصیلات کارشناسی ارشد درباره نوع قضاوت اجتماع و نوع واکنش خویش به این مهم می‌گوید: "از اینکه زیبا بشم و دیگران با دید تحسین‌آمیز بهم نگاه کنن، غرق در شادی و شغف میشم. حس درونی بوده - دوست داشتم تغییر رو چهره داشته باشم. هم جراحی زیبایی وهم برداشت خال و احساس رضایت دارم".

مصاحبه‌شونده شماره ۱، ۴۰ ساله، لیسانسیه و متاهل در این زمینه می‌گوید: "بر اساس نظر همسرم که دوست داشت و بقول معروف مشوق اصلیم بود تصمیم به انجام جراحی زیبایی گرفتم و خدا رو شکر نتیجه مثبت داشت و تا حدودی اعتماد به نفسم بالا رفت".

مصاحبه‌شونده شماره ۳، ۳۴ ساله، مجرد و کارشناس ارشد در این زمینه می‌گوید: "جراحی زیبایی بینی و تزریق ژل رو انجام دادم اولش بخاطر توصیه دیگران بود وقتی عمل رو انجام دادم رضایت داشتم. دلیل خاصی نداشته به خاطر توصیه دیگران و احساس کردم به نتیجه دلخواه می‌رسم البته شبکه‌های مجازی رو دنبال می‌کردم و رضایت داشتم عمل رو انجام دادم و راضی هستم". شرکت کننده شماره ۶، ۳۵ ساله، کارشناس ارشد و مجرد در زمینه تفسیر اجتماع و تاثیر آن در برانگیختن فرد جهت انجام عمل زیبایی می‌گوید: "تایید دیگران مهمه بهت بگن خیلی جذاب شدی. چقدر بهت میاد این بینی جدید تاثیر مثبتی هم در روابط آدم‌ها داره. قبل از عمل احساس می‌کردم بینی ام خیلی زشته و باید عمل کنم".

هنجارهای اجتماعی: هنگامی که بدن زن در عرصه بدن اجتماعی نگریسته شود، زنان به طور اجتماعی جهت درگیر شدن با طرح‌های بدنی و تغییرات در آن مورد تشویق قرار می‌گیرند و از آنها انتظار می‌رود که در ساختار و شکل مرفولوژیک خویش تغییراتی را ایجاد نمایند (۱۰). به هنگام تلقی بدن به عنوان بیانی اجتماعی، فرد باید به دقت حرکات خود را تنظیم نموده و در نهایت دقت در خدمت بدن خویش قرار گیرد؛ چرا که حرکات چهره و بدن در واقع نشانه‌ها و پیام‌هایی جهت تولید و باز تولید روابط اجتماعی و ضامن هویت شخصی بدن خواهد بود (۲۱). پس می‌توان بیان داشت که جامعه نه تنها در ساخت بدن مشارکت دارد، بلکه رفتارهای بدنی نیز به نوعی متأثر از جامعه هستند. در این زمینه یعنی فشار هنجارهای اجتماعی جهت زیبا شدن مصاحبه‌شونده شماره ۱۰، ۳۵ ساله، شاغل و مجرد می‌گوید:

مصاحبه‌شونده شماره ۳، ۳۴ ساله، مجرد و کارشناس ارشد در این زمینه می‌گوید: "جراحی زیبایی بینی و تریق ژل رو انجام دادم اولش بخاطر توصیه دیگران بود وقتی عمل رو انجام دادم رضایت داشتم. دلیل خاصی نداشته به خاطر توصیه دیگران و احساس کردم به نتیجه دلخواه می‌رسم البته شبکه‌های مجازی رو دنبال می‌کردم و رضایت داشتم عمل رو انجام دادم و راضی هستم". شرکت‌کننده شماره ۱۰، ۳۵ ساله، کارشناس ارشد و مجرد در زمینه تفسیر اجتماع و تأثیر آن در برانگیختن فرد جهت انجام عمل زیبایی می‌گوید: "تایید دیگران مهمه بهت بگن خیلی جذاب شدی. چقدر بهت میاد این بینی جدید تأثیر مثبتی هم در روابط آدم‌ها داره. قبل از عمل احساس می‌کردم بینی‌ام خیلی زشته و باید عمل کنم".

اعتماد به تخصص پزشکان: بسیاری از زنان مصاحبه‌شونده بیان می‌کردند که به قابلیت‌های تخصصی پزشکان ایرانی باور دارند و ترجیح داده‌اند که سرنوشت زیبایی خود را به دست آنها بسپارند. در این زمینه مصاحبه‌شونده شماره ۱۳، ۶۰ سال، بازنشسته فرهنگی و متاهل می‌گوید: "در کشور ما این همه دکتر متخصص جراحی پلاستیک وجود داره و حتی از کشورهای دیگه هم بهشون مراجعه می‌کنن. پس وقتی که میشه با پرداخت پول کم به زیبایی مورد نظر رسید چرا نباید انجام بدم. من به پزشکم اعتماد کردم و خیلی هم پرس و جو کردم که بینم کیفیت کارش چه جوریه".

فشارهای هنجاری درونی

این مقوله اصلی، خود شامل ۳ مقوله فرعی ابرازگرایی بدنی، انگیزه‌های درونی کسب زیبایی و رقابت‌جویی می‌باشد.

ابرازگرایی بدنی: ابراز زیبایی و بازنمایاندن آن در جامعه یکی از نیازهای درونی در نزد بانوان تلقی می‌گردد و در بسیاری از شرایط تعبیر به نوعی وسواس مفرط زیبایی در نزد زنان می‌گردد. ابراز بدنی در این پژوهش خود از ۷ مولفه تمایل به زیباتر شدن، کسب لذت از زیبایی چهره، تحقق آرزوها، احساس جوانی و طراوت، رسیدن به چهره دلخواه، افزایش اعتماد به نفس و میل به جذاب نشان دادن خود تشکیل شده است. شرکت‌کننده شماره ۴، ۳۸ ساله و مجرد در این باره می‌گوید: "بیشتر برای دل خودم بوده و تایید اجتماعی هم تأثیر داشته و اعتماد به نفسم هم بالاتر رفته و دوستام اکثراً انجام دادن و احساس پیری می‌کردم و بعد از تریق حس شادی و نشاط جوانی داشتم در کل رضایت دارم اولش یه مقدار اذیت شدم و بعدش لذت زیبایی رو داشتم". مصاحبه‌شونده شماره ۱۳، بازنشسته و متاهل ۶۰ ساله در این باره می‌گوید: "بوتاکس و ژل رو انجام دادم و راضی هستم، بد نیست.

"اینو هم بگم که الان کار پیدا کردن و رفتن سرکار به نوعی وابسته به زیبایی زن هستش حتی اونایی که سرکار هستن سعی در آرایش و زیبایی خود دارند تا همچنان در مرکز توجه باشند". مصاحبه‌شونده شماره ۱۱، ۳۰ ساله و مجرد در این زمینه می‌گوید: "زنان با آرایش کردن و عمل جراحی زیبایی می‌خوان خودشون رو به نمایش بذارن و با اینکار می‌خوان بگن که بله ما هم هستیم. دخترها هم که دوست دارن پسند بشن و تایید بشن". مصاحبه‌شونده شماره ۱۲، ۶۰ ساله، متاهل و بازنشسته فرهنگی در این بین بر متعارف شدن و اپیدمی شدن جراحی زیبای در بین زنان اشاره می‌کند. او می‌گوید: "من افتادگی پلک داشتم عمل کردم و چربی اضافه روی پلک و گوشه چشم مجبور شدم جراحی پلک انجام بدم و بوتاکس رو انجام می‌دم احساس شادی و نشاط دارم الان اپیدمی شده همه انجام می‌دن قدیم بهتر بود ماندگاریش بهتر بود مواد تقلبی استفاده می‌کنن جدیدن". مصاحبه‌شونده شماره ۱۳، ۴۰ ساله، متاهل و لیسانس به نقش حمایت همسر و اعضاء خانواده در تمایل به جراحی زیبایی اشاره می‌کند و می‌گوید: "بر اساس نظر همسر که دوست داشت و به قول معروف مشوق اصلیم بود تصمیم به انجام جراحی زیبایی گرفتم و خدا رو شکر نتیجه مثبت داشت و تا حدودی اعتماد به نفسم بالا رفت".

تفسیر اجتماعی فرد: درک افراد از خود و درک دیگران از آنها عمدتاً متأثر از ارزش‌های فرهنگی- اجتماعی است. هنگامی که در جامعه جذابیت فیزیکی و ظاهری مبنای قرار می‌گیرد؛ همانگونه که دیگران به جذابیت اهمیت می‌دهند، فرد نیز تحت تأثیر فرهنگ اجتماع خویش، ارزشمندی را در داشتن فیزیک بدنی جذاب جستجو خواهد کرد. نوع واکنش فامیل و آشنایان نسبت به جراحی زیبایی و زبان تایید و یا سرزنش آنها در نوع قضاوت فرد به ارزشمندی کار خویش اثرگذار خواهد بود. در چنین شرایطی شاهد تغییر انگاره‌های منزلت اجتماعی خواهیم بود و پیامد این نوع نگاه می‌تواند منجر به احساس التزام فرد نسبت به انجام عمل زیبایی بدن گردد.

مصاحبه‌شونده شماره ۵، ۳۰ ساله، شاغل و متاهل و دارای تحصیلات کارشناسی ارشد درباره نوع قضاوت اجتماع و نوع واکنش خویش به این مهم می‌گوید: "از اینکه زیبا بشم و دیگران با دید تحسین‌آمیز بهم نگاه کنن، غرق در شادی و شغف میشم. حس درونی بوده- دوست داشتم تغییر رو چهره داشته باشم. هم جراحی زیبایی و هم برداشت خال و احساس رضایت دارم". مصاحبه‌شونده شماره ۱، ۴۰ ساله، لیسانسیه و متاهل در این زمینه می‌گوید: "بر اساس نظر همسر که دوست داشت و بقول معروف مشوق اصلیم بود تصمیم به انجام جراحی زیبایی گرفتم و خدا رو شکر نتیجه مثبت داشت و تا حدودی اعتماد به نفسم بالا رفت".

زمینه های روان شناختی زیبایی

این مقوله اصلی، خود شامل ۲ مقوله فرعی بسترهای شناختی- روان شناسانه و اجبارپزشکی می باشد. **بسترهای شناختی- روان شناسانه:** از دیدگاه زنان مصاحبه شونده، تغییر وضع زندگی راهوار و کسل کننده و فقدان سرگرمی و شغل یکی از دلایل اصلی روی آوردن به جراحی زیبایی بوده است. مثلاً شرکت کننده شماره ۴، ۴۵ ساله و متأهل و کارشناس ارشد بی کار معتقد است که: "از نظر اجتماعی ما در محیطی زندگی می کنیم با افراد و اجتماع سرو کار داریم- نظر دیگران هم خیلی مهمه و نمی تونیم منکر بشیم نظر دیگران رو. اولین جایی که در برخورد اجتماعی متوجه می شه چهره به چهره هست، اگر چهره فرد خوشایند باشه به حرفهای او گوش می دهیم و اگر چهره فرد خوب نباشه به حرفهایش توجه نمی کنیم انسان زیبایی رو دوست داره وقتی گل زیبایی رو می بینیم محو تماشای اون گل می شیم. جوان امروزی ما، از معضل بیکاری رنج می برند و بیکارند و لذا چاره ای ندارند جز اینکه به خودشون برسند و یه جوروی خودشون رو سرگرم کنن". استاندارد شدن زیبایی در جامعه و بت سازی از آن در دنیای امروز، به یک ابزار راهبردی بسیار قوی برای کنترل و مونیتور نمودن بدن تلقی می شود؛ مخصوصاً اینکه رسانه های اجتماعی فراگیر به عنوان یک مینا و محور به آن می نگرند. شرکت کننده شماره ۱۴، ۶۰ ساله و بازنشسته در این باره می گوید: "الان عقل همه به چشمشونه و در نگاه اول فقط زیبایی زنان رو با سرو صورت قشنگ و بی عیب و ظاهر زیبا ارزیابی می کنن".

بسیاری از زنان مورد مصاحبه بر این باور بودند که با زیبایی و اصلاح بدن خود می توانند به فرصت های بی نظیری مانند دوستیابی، ازدواج و اشتغال برسند. مثلاً در این زمینه شرکت کننده شماره ۴، ۳۸ سال، دیپلم و بیکار بر این باور است که زیبایی بدن عامل موفقیت در ازدواج و کسب فرصت های شغلی است. او می گوید: "به نکته دیگه باید بگم اینه که فک می کنم اگه زیبا بشم و به خودم برسیم می تونم زودتر ازدواج کنم و تعداد خواستگارهام هم افزایش پیدا می کنه. من خودم شاهد بودم دخترانی که عمل زیبایی اندام انجام دادن راحت تو شرکت ها و بخش های خصوصی استخدام شدن".

اجبارپزشکی: بسیاری از مصاحبه شوندگان این مطالعه اذعان داشتند که نوعی اجبار و مجبور شدن جهت انجام عمل زیبایی آنها وجود داشته است. شرکت کننده شماره ۱۰ (۴۵ ساله و مجرد) در این زمینه می گوید: "عمل جراحی بینی رو به علت افتادن من مجبور شدم این کار رو انجام بدم و احساس تحقیر خاصی داشتم و دوست داشتم چهره ام رو تغییر بدم کلاً از زیبایی چهره خوشم میاد و اگه کاری لازم باشه انجام می دم و تزریق چربی هم انجام

بیشتر تایید اجتماعی بوده همه انجام دادن من هم انجام دادن. این دوره طبق جامعه جلو رفتیم".

انگیزه های درونی کسب زیبایی: انگیزه های دختران در پرداختن به اعمال جراحی زیبایی بسیار متفاوت و حتی متنوع است. آنها با مدیریت بدن خویش در پی دستیابی به خواسته های خود هستند. آنها بیان کرده اند که درگیر نوعی تمایل درونی برای زیبا شدن بوده و باور دارند که از قبل زیبایی می توانند سلامت روان خویش را تامین نمایند. برخی دیگر از این بانوان به وجود انگیزه های درونی و حتی فراشخصی در خود اشاره و حتی از آن تعبیر به ارضاء جسمی و روحی نموده اند؛ در واقع این افراد دچار وسواس زیبایی بوده و نوعی نگرش زیباشناسانه نسبت به بدن خویش دارند. مثلاً شرکت کننده شماره ۱۱، ۳۶ ساله، مجرد و کارشناس ارشد حسابداری، در برابر این سوال که چرا اقدام به جراحی زیبایی بدن نموده است، چنین می گوید: "امروزه جراحی زیبایی دغدغه روزمره افراد جامعه مخصوصاً زنان هستش در شهر مخصوصاً ایلام که از سنتی به مدرن تبدیل شده تغییرات در عرصه های گوناگون زندگی را ما شاهد هستیم از جمله تغییرات در بدن و زنان هم دوست دارند اندام مطلوب و مورد تایید دیگران قرار بگیرند. هم انگیزه شخصی وجود دارد در گرایش به جراحی زیبایی و هم انگیزه فرا شخصی متأثر از شرایط خانوادگی و اجتماعی هستش که زنان تمایل پیدا می کنند به جراحی زیبایی". شرکت کننده شماره ۱۰، ۴۵ ساله و مجرد در همین زمینه می گوید: "من مجبور شدم این کار رو انجام بدم و احساس تحقیر خاصی داشتم و دوست داشتم چهره ام رو تغییر بدم کلاً از زیبایی چهره خوشم میاد و اگه کاری لازم باشه انجام می دم و تزریق چربی هم انجام دادم و احساس رضایت دارم".

رقابت جوئی: تجربه زیسته زنان شرکت کننده در مصاحبه های میدانی گویای آن بود که اکثریت آنها به دنبال مقایسه ویژگی های بدنی خود با دیگران هستند و برای آن که از قافله زیبایی عقب نمانند و با جمع حرکت نمایند به جراحی زیبایی می پردازند. برخی دیگر از این افراد پا را فراتر گذاشته و باور دارند که از قبل زیبایی می توان به بقیه بانوان فخر فروشی نمود. مثلاً مصاحبه شونده شماره ۳، ۳۴ ساله، مجرد و کارشناس ارشد در این زمینه می گوید: "من خانومایی رو می شناسم که قبل عمل هیکل بسیار بدفرم و دماغ خیلی بزرگی داشتن اما بعد عمل با اعتماد بنفس کامل میان در انتظار ظاهر میشن. من که جوونم چرا نباید زیبا بشم. مگه من چی از اونا کم دارم". شرکت کننده شماره ۸، ۴۸ ساله، متأهل و شاغل در این زمینه می گوید: "اولین چیزی که به چشم میاد صورت آن شخص هستش و احساس رضایت هم برای شخصی که عمل جراحی رو انجام داده و شخص متقابل می شه و همه آشناها این عمل رو انجام دادن و راضی هستن".

زیبایی من هم تاثیر گذاشته و حس بهتری نسبت به صورتم دارم".

تحصیل پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالا

این مقوله اصلی، خود شامل مقوله فرعی پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان دارای تجربه عمل جراحی زیبایی می‌باشد. پایگاه اقتصادی-اجتماعی: اکثریت مصاحبه‌شوندگان بهره مند از تمکن مالی و سطح تحصیلات بالای دانشگاهی بودند. به گونه ای که تامین هزینه‌های اعمال جراحی برای آنها زیاد سخت نبوده است و بالا رفتن سطح تحصیلات و حضور و پذیرفته شدن آنها در موسسات آموزش عالی کمک نموده است که به صورت متعارف با پدیده جراحی زیبا برخورد نمایند. این بدین معناست که دختران تحصیل کرده و شاغل، بیش از سایر گروه‌های اجتماعی مایلند که اعمال زیبایی بدن را انجام دهند. این مهم بیانگر این واقعیت است که برای زنان متعلق به این طبقه اجتماعی، مسائل هویتی و باز تعریف مجدد موقعیت و هویت اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردار است. شاید بتوان چنین گفت که این نوع نگرش در تناسب و هماهنگی قابل توجهی با استدلال گیدنز باشد که معتقد است میزان مشارکت در فعالیت‌های رهایی‌بخش در نزد زنانی که بیشتر از خانه خارج می‌شوند و بیشتر هم دیده می‌شوند، بیشتر است. بورديو معتقد است که طبقات گوناگون برحسب تحصیلات، سطح آگاهی‌ها و مهارت‌های خود از سرمایه‌های نمادین بهره می‌برند تا از این طریق پایگاه اجتماعی خویش را نشان دهند (۲۳). در این زمینه یعنی داشتن تمکن مالی بالا و تحصیلات دانشگاهی به عنوان یک محرک جهت انجام عمل جراحی، شرکت‌کننده شماره ۴، ۴۵ سال، متاهل و دارای مدرک کارشناسی ارشد می‌گوید: "کارشناسی ارشد و کارمند هستم همسرم استاد دانشگاه است و درآمد خوبی داریم از لحاظ مالی مشکلی نداریم در مورد مسایل مذهبی اینقدر سفت و سخت و افراطی نیستم. راستش از نظر من برای زیبا شدن و تو چشم بودن باید هزینه کرد و این هزینه هم واسم مهم نیست. مهم اینه که زیبا بشم و خودم رو نشون بدم". شرکت‌کننده شماره ۱۴، ۶۰ ساله، متاهل و دارای مدرک کارشناسی ارشد هم در این زمینه می‌گوید: "بنده فوق لیسانس دارم همسرم دکتر هست هر دو بازنشسته هستیم از نظر مالی بد نیستیم و مشکل مالی نداریم خدا رو شکر. اینقدر این دوره زمانه دین کم رنگ شده بعضی عقاید رو قبول دارم بعضی رو قبول ندارم. بوتاکس و ژل رو انجام دادم و راضی هستم بد نیست. بیشتر تائید اجتماعی بوده همه انجام دادن من هم انجام دادن".

دادم و احساس رضایت دارم". مصاحبه‌شونده شماره ۹ (۶۰ ساله، متاهل و بازنشسته) بر اجبار پزشکی جهت انجام عمل افتادگی پلک تاکید داشته است: "من افتادگی پلک داشتم عمل کردم و چربی اضافه روی پلک و گوشه چشم مجبور شدم جراحی پلک انجام بدم و بوتاکس رو انجام می‌دم احساس شادی و نشاط دارم الان اپیدمی شده همه انجام می‌دن. قدیم بهتر بود ماندگاریش بهتر بود مواد تقلبی استفاده می‌کنن جدیدن".

باز خورد عملیاتی عمل جراحی

این مقوله اصلی، خود شامل ۲ مقوله فرعی پیامدهای مثبت و منفی جراحی زیبایی می‌باشد.

پیامدهای منفی جراحی زیبایی: بسیاری از مصاحبه‌شوندگان در این مطالعه اظهار داشتند که آنها از نتایج عمل جراحی راضی نبوده و احساس پشیمانی دارند. مثلاً شرکت‌کننده شماره ۸، ۴۸ ساله، فرهنگی و مجرد به شدت از نتیجه عمل خویش ناراضی بود. او می‌گوید: "جراح عمومی انتخاب نمودم که باعث نتیجه جراحی مناسبی برای من نبود و ظاهراً عمل سینه‌های بزرگ من را طوری انجام دادن که تا مدت زیادی من را با مشکلات عدیده ای روبرو کردن و بعد از چند جراحی ترمیمی تازه توانستم به آن نتیجه تقریباً دلخواه نزدیک شوم و در این بین چه زجرها و چه دردهایی کشیدم خدا می‌داند". شرکت‌کننده شماره ۴، ۴۵ ساله، متاهل نیز از تجربه بد عمل جراحی زیبایی می‌گوید: هم جراحی بینی رو انجام دادم و هم صورتم رو زاویه زد-م زاویه‌سازی صورت خوب بود ولی بینی ام جالب نشد خیلی ناراحت شدم و پشیمون شدم".

پیامدهای مثبت جراحی زیبایی: در نقطه مقابل بودند بانوانی که از نتیجه عمل خویش و اعتماد به متخصص زیبایی به شدت راضی بودند و حتی برای افراد دیگر نیز توصیه می‌کردند. در این زمینه شرکت‌کننده شماره ۱، ۴۸ ساله و شاغل از نتیجه عمل خود به نیکی یاد می‌کند. او می‌گوید: "من به دلیل رژیم‌های مکرر و چاق و لاغر شدن باعث افتادگی پلک شدم و دکتر اصرار داشتن به خاطر برای دید بهتر بدلیل اینکه پلک روی قرنیه تاثیر داره این کار رو انجام بدم. البته به خاطر دید بهتر این کار (جراحی زیبایی) انجام دادم هم پلک ام بهتر شد و هم جوانتر به نظر می‌اومدم و اولین چیزی که به چشم میاد صورت آن شخص هستش و احساس رضایت هم برای شخصی که عمل جراحی رو انجام داده و شخص متقابل می‌شه و همه آشناها این عمل رو انجام دادن و راضی هستن". شرکت‌کننده شماره ۱۰، ۳۵ ساله، مجرد و تحصیل کرده از نتیجه عمل خویش می‌گوید: "احساس نیاز می‌کردم به عمل جراحی. خیلی راضی هستم از عمل جراحی روی اعتماد به نفس من تاثیر گذاشت و حس بهتری دارم و روی

بحث و نتیجه‌گیری

ترس و دلهره ناشی از پاندمی کرونا، پنهان نمودن معایب فوقانی صورت به دلیل استفاده از ماسک، انزوای اجتماعی ناشی از کرونا و ناراحتی‌های روحی و جسمی پس از عمل تأثیر مثبت بر گرایش به انجام عمل جراحی زیبایی در بین جامعه هدف داشتند و مواردی همچون کسب مقبولیت اجتماعی در شرایط خاص پاندمی، احساس نیاز روحی و جسمی در شرایط سخت این بحران، تغییر وضع زندگی کسالت بار در ایام پاندمی تأثیر منفی بر گرایش به انجام عمل جراحی زیبایی در بین جامعه هدف داشتند.

ملاحظات اخلاقی

تمام مشارکت‌کنندگان این مطالعه با رضایت خویش و با طیب خاطر و رضایت کامل در مصاحبه‌های عمیق شرکت نمودند.

مشارکت نویسندگان

مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری است. نویسنده اول این مقاله، دانشجوی دکتری، نویسنده دوم، استاد راهنما و نویسنده مسئول و نویسنده سوم نیز استاد مشاور رساله می‌باشند.

تعارض منافع

نتایج حاصل از این مطالعه با منافع فردی و یا سازمانی، هیچ گونه تعارض و منافاتی ندارد.

حامی مالی

تمام منابع مالی و هزینه پژوهش و انتشار مقاله تماماً بر عهده نویسندگان بوده و هیچ‌گونه حمایت مالی دریافت نشده است.

References

- Ahmadi E, Adlipour S, Afshar S, Bonyad L. Sociological Explication of Body Management and its Relation with Social and Cultural Factors in Girls and Women in Tabriz City. *Women Studies*, 2016, 7(15), 29-50.
- Abdollahi H, Madadi H, Moradi S. Study of Power Structure In Family and Its Effect on Women's Reflexive Identity. *Social Sciences*, 2014, 21(66), 74-120. doi: 10.22054/qjss.2014.724.
- Aghaei A, Khalili M. Phenomenological analysis of body management among girls and young women in Tehran. *Journal of*

برخی معتقدند بحران کرونا تأثیرات پایدار در ذهن و اندیشه انسان ایرانی و کنش‌های او ایجاد نمی‌کند، بر خلاف این امر مطالعات تجربی در ایران و کشورهای دیگر نشان داد پاندمی کرونا تغییراتی در جنبه‌های زندگی روزمره که بدون عارضه و تنش بوده ایجاد کرده است و بطور معمول تغییراتی در عادت‌ها و رویه‌های معمول زندگی به وجود آورده است؛ از همین رو می‌توان گفت کرونا تأثیرات متضاد مثبت و منفی بر جراحی زیبایی نیز داشته است. در این پژوهش جراحی زیبایی به منزله پدیده‌ای اجتماعی بررسی شده است که امروز در جامعه ما آمار بالایی دارد و متقاضیان روز به روز در حال افزایش اند، در این بین پاندمی کرونا نیز بر تمایل به جراحی مؤثر بوده است. این مطالعه برای نخستین بار عوامل کیفی مرتبط با پاندمی کرونا بر تمایل به جراحی زیبایی بانوان را مورد کنکاش قرار داد. نتایج تحقیق نشان دادند ابعاد کیفی مؤثر بر اقدام به انجام جراحی زیبایی عبارت از خودانگاره منفی زنان، فشارهای هنجاری بیرونی و درونی، زمینه‌های روان شناختی زیبایی، بازخورد عملیاتی عمل جراحی و تحرک عمودی پایگاه اقتصادی و اجتماعی هستند که از بین این مقولات، عوامل مرتبط با پاندمی کرونا که بر اقدام به انجام جراحی زیبایی یا عدم اقدام به این جراحی مؤثر بوده اند و شامل مواردی از قبیل احساس ترس و دلهره ناشی از پاندمی کرونا، پنهان نمودن معایب فوقانی صورت به دلیل استفاده از ماسک، انزوای اجتماعی ناشی از کرونا، کسب مقبولیت اجتماعی در شرایط خاص پاندمی، احساس نیاز روحی و جسمی در شرایط سخت این بحران، تغییر وضع زندگی کسالت بار در ایام پاندمی و ناراحتی‌های روحی و جسمی پس از عمل از جمله ابتلا به کرونا بودند. بدیهی است از میان عوامل فوق مسائلی مانند احساس

Women & Study of Family, 2018, 11 (41). 57-72.

- Cash TF, Pruzinsky T. *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. 1st Edition, Guilford Press. 2002.
- E'temadifard SM, Amani M. A Sociological Study on Women's Motivations for Pursuing Cosmetic Surgery. *Women Studies*, 2013, 4(8), 1-22.
- Ganji M, Amir Mazaheri AM, labibi M. The social genealogy and manipulation of body among Iranian women. *Journal of Woman and Family Studies*, 2019, 7(1), 205-245. doi: 10.22051/jwfs.2019.13890.1358.
- Ghasemi A. A Qualitative Study of Women's Attitudes and Perceptions towards their Body. *Journal of Applied*

- Sociology, 2017, 28(4), 173-194. doi: 10.22108/jas.2017.75214.0.
- 8- Ghobadi H, kaldi A, Mahdavy MS. The Structural Equations models of Socio-Cultural Reasons on Tendency to Cosmetic Surgeries (A case study among in the city of Ilam). *Journal of Socio - Cultural Changes*, 2020, 16(4), 101-119.
- 9- Greenberg JL, Weingarden H, Wilhelm SA. Practical Guide to Managing Body Dysmorphic Disorder in the Cosmetic Surgery Setting. *JAMA Facial Plast Surg*. 2019 May 1;21(3):181-182. doi: 10.1001/jamafacial.2018.1840. PMID: 30676626.
- 10- Haghghatian M, Hashemianfar S, Darabi M. A Study on Social- Cultural Factors Affecting Body Image with an Emphasis on Lifestyle among Young Women in Tehran. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 2016, 14(30), 179-201.
- 11- Hemmati E. The effect of social networks on the tendency of women to have maxillofacial cosmetic surgeries in Ahvaz in 2019. *Jundishapur Scientific Medical Journal*, 2020, 19(3), 277-284. doi: 10.22118/jsmj.2020.221097.2004.
- 12- Johansson J, Tienari J, Valtonen A. The body, identity and gender in managerial athleticism. *Human Relations*. 2017, 70(9): 1141-1167.
- 13- Kalantar-Hormozi A. A brief history of plastic surgery in Iran. *Archives of Iranian Medicine*, 2013, 16 (3), 201-206. PMID: 23432179.
- 14- Karami- Mozayan N, Amirpour B, Mohseni-Nezhad S. Analysis of the underlying contexts of cosmetic surgery in women: a qualitative study based on psychoanalytic theory. *JNIP*, 2021, 9 (13), 1-10.
- 15- Keivanara M, Rabbāni R, Zhianpour M. Social Stratification and Physical improvements/Plastic Surgery as a Symbol for Social Class. *Women's Strategic Studies*, 2010, 12(47), 73-98.
- 16- Khalajinia Z, Abedini Z, Ahmari- Tehran H, Khoramirad A. Explaining People's Experience of Life in the Context of Covid-19 Epidemic in Qom. *Qom University of Medical Sciences Journal*, 2021, 15 (7), 464-473.
- 17- Maroof pour M, Safiri Kh, Tavasoli A, Vadieh S. Presenting the model of women's identity conflict. *Journal of Woman & Study of Family*, 2018, 10 (38), 43-67.
- 18- Mirfardi A, Safarpour M. The Thematic Analysis of Use of Modern Cosmetics Patterns and Accessories among Female Students of University. *Quarterly Journal of Women and Society*, 2022, 13(49), 119-134. doi: 10.30495/jzv.2022.25588.3321.
- 19- Mirzaei Kh. The causes and consequences of the epidemic and globalization of the Corona virus-Covid 19. *Social impact assessment*, 2021, 2, 14-40.
- 20- Noaman AA, Abbas MA, Dhahi NK. Demographic and Personal Factors that Encourage Iraqi People to Undergo Plastic Surgery, *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 2020, 24 (04). 10743-10747.
- 21- Noghani M, Khorasani MM, Varshoe S. Social Factors Influencing Women to have Cosmetic Surgery. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 2010, 8(4), 75-101. doi: 10.22051/jwsp.2010.1385.
- 22- Norozi A, Maleki A, Parsamehr M, Ghasemi H. Investigating the effect of body image and body management on women's sports participation in Ilam province. *Journal of Applied Sociology*, 2018, 29(4): 99-122. doi: 10.22108/jas.2018.104379.1117.
- 23- Pirahari N, Bidaran S. Social Factors Affecting on Women's Tendency to Cosmetic Surgery. *Quarterly Journal of Women and Society*, 20218, 8(32), 229-246.
- 24- Pourkaveh dehkordi E, Khan Mohammadi A, Abbasi Asfajir A. Meta-Analysis of the Causes of Iranian Women's Tendency to Cosmetic Surgery. *Quarterly Journal of Health Psychology*, 2020, 9(34): 7-24. doi: 10.30473/hpj.2020.44278.4266.
- 25- Qaderzadeh O, Khaleqpanah K, Khazaii S. Women's Experiences of Cosmetic Surgery; Qualitative Study of Reasons and Consequences. *Woman in Development & Politics*, 2014, 12(1), 1-20. doi: 10.22059/jwdp.2014.51343.
- 26- Rabani Esfahani H, Yazdekhesti B. Qualitative Study of Radical Feminism Effect on Woman Role in Family Institute and Comparing it with Islam Maneuvers (Case Study: Women of Isfahan). *Journal of Applied Sociology*, 2015, 26(2), 125-140.
- 27- Rastegar Khaled A, Kaveh M. Women and Beauty Project (Subjective meanings of

cosmetic surgery). *Woman in Development & Politics*, 2014, 11(4), 453-478. doi: 10.22059/jwdp.2014.50282.

28- Safarishali R. Women's Tendency towards Cosmetic Surgery as Social Acceptability: Displaying Objective Welfare. *Social Sciences*, 2019, 26(84), 69-96. doi: 10.22054/qjss.2019.45120.2136.

29- Safiri K, Golbahari N. The Relationship between Cultural Capital and Body Management The Case of 20-59 years old Women Living in Tehran. *Sociological Review*, 2013, 20(1), 39-65. doi: 10.22059/jsr.2013.56208.

30- Scapaticci S, Neri CR, Marseglia GL. *et al.* The impact of the COVID-19 pandemic on lifestyle behaviors in children and adolescents: an international overview. *Ital J Pediatr*, 2022, 48 (22). <https://doi.org/10.1186/s13052-022-01211-y>.

31- Soroush M, Hosseini M. Globalization, Independent Identity and Urban Women Lifestyle: A Comparison of Women in Shiraz and Estahban, Fars. *Quarterly Journal of Women and Society*, 2013, 4(13), 53-76.

32- Strauss A, Corbin J. *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Translated by Ibrahim, A. Tehran: Publishing Ney. (Text in Persian). 2011.

33- Suleymani S. Futurities of beauty and the scalpel: Cosmetic surgeries and fatphobia in Iran. *Fat Studies*, 2020, 9(3): 204-219.

34- Thompson JB. *The Media and Modernity: A social theory of media*. Stanford University Press, U.S.A. 1995.

35- Veblen T. *The Theory of the Leisure Class*. 1st Edition, New York, Routledge. 1992.

36- Zarif- Moradian N, Zanzanizadeh H. Qualitive study of women's decision making in regard with casmatic surgeries based on G.T. *Journal of Social Problems of Iran*, 2016, 7(1): 179-202. doi: 10.22059/ijsp.2016.60200.

