



Investigating the Underlying Cultural Contexts of Cosmetic Surgery in Maladaptive Schema of Self-Management in Women

Marziyeh Shahryari¹, Masoumeh Bagheri^{2*}, Bano Beigy Malek abadi³

1. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

2. Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

3. PhD Student in Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

Citation: Shahryari, M., Bagheri, M., & Beigy Malk abadi, B. (2025). Investigating the underlying cultural contexts of cosmetic surgery in maladaptive schema of self-management in women. *Journal of Woman Cultural Psychology*, 16(64), 43-58.
 <http://dx.doi.org/10.61186/iau.1202055>

ARTICLE INFO

Received: 14.03.2025

Accepted: 07.06.2025

Corresponding Author:
Masoumeh Bagheri

Email:
m.bagheri@scu.ac.ir

Keywords:
Underlying cultural contexts
Cosmetic surgery
Maladaptive schema of self-management

Abstract

The aim of the present study was to investigate the underlying cultural contexts of cosmetic surgery in the maladaptive schemas of self-management in women. The statistical population included all women (18 to 40 years old) in Ahvaz city. The sample embraced 27 women from the mentioned population who were selected through purposive sampling. The qualitative research method was phenomenological. In-depth and semi-structured interviews were implemented to collect data. The findings showed that 11 primary themes were extracted based on common concepts, which included men's appearance-friendly tendencies, women's appearance-friendly tendencies, inequality created by appearance, social de-ugliness of cosmetic procedures, easy access to cosmetic procedures, women's self-ugliness, escape from everyday life, becoming liked and getting married, competitiveness in beauty, perfectionism in beauty, and gender stereotypes about beauty. The consequences of cosmetic surgery for women included increased self-esteem, social facilitation, social capital instability, and body objectification. The results also showed that the maladaptive schema of self-management had the greatest impact on the tendency to undergo cosmetic surgery. Women who sought surgery had maladaptive schemas such as instability, distrust, emotional deprivation, deficiency and shame, social isolation and alienation, rejection, impaired self-management, non-territorial limitations, dependence, and inhibition. Some women who sought surgery surrendered to the schema and accepted that it is justified and never tried to fight or avoid the schema, but rather accept that the schemas are truthful. Therefore, to prevent further increasing in such social and cultural issue, it could be necessary to provide specialized psychological counseling to women seeking cosmetic surgery to reduce maladaptive schemas.



Extended abstract

Introduction: In recent decades, new perceptions of beauty have become popular, and beauty has been defined as a set of components of fitness, makeup, clothing, attractiveness, and perfection. Ideals of body beauty are transmitted through cultural channels and become institutionalized and culturally mandated by individuals in society, and then affect body satisfaction. According to cognitive-behavioral theories, people's evaluation of their appearance depends on their schemas regarding appearance. Maladaptive schemas arise due to the failure to satisfy basic emotional needs in childhood, such as the need for secure attachment, self-management, adequacy, identity, freedom to express healthy needs and emotions, spontaneity, fun, realistic limitations, and self-control (Khabazthabet et al., 2021). Therefore, psychological factors are closely linked to social and cultural factors, simultaneously involved in managerial behavior and body modification (Saleh Ahmadi & Rafiei, 2012). The aim of the present study was to investigate the cultural underpinnings of cosmetic surgery with self-management maladaptive schemas in women. Based on previous studies in the field of cosmetic surgery, the aim of the present study was to investigate the underlying cultural contexts of cosmetic surgery in the maladaptive schemas of self-management in women.

Method: The statistical population included all women (18 to 40 years old) in Ahvaz city. The sample embraced 27 women from the mentioned population who were selected through purposive sampling. The qualitative research method was phenomenological. In-depth and semi-structured interviews were implemented to collect data.

Results: The findings showed that 11 primary themes were extracted based on common concepts, which included men's appearance-friendly tendencies, women's appearance-friendly tendencies, inequality created by appearance, social de-ugliness of cosmetic procedures, easy access to cosmetic procedures, women's self-ugliness, escape from everyday life, becoming liked and getting married, competitiveness in beauty, perfectionism in beauty, and gender stereotypes about beauty. The consequences of cosmetic surgery for women included increased self-esteem, social facilitation, social capital instability, and body objectification. The results also showed that the maladaptive schema of self-management had the greatest impact on the tendency to undergo cosmetic surgery. Women who sought surgery had maladaptive schemas such as instability, distrust, emotional deprivation, deficiency and shame, social isolation and alienation, rejection, impaired self-management, non-territorial limitations, dependence, and inhibition. Some women who sought surgery surrendered to the schema and accepted that it is justified and never tried to fight or avoid the schema, but rather accept that the schemas are truthful.

Conclusion: According to the findings of the study, the “maladaptive self-management schema” had the greatest impact on the tendency to undergo cosmetic surgery. Maladaptive schemas are deep psychological patterns or themes that are composed of memories, emotions, cognitions, and bodily sensations, and are formed during childhood or adolescence and persist throughout life. After that, the most influential factors on the tendency to undergo cosmetic procedures were, in order, social de-ugliness of cosmetic procedures, inequality created by appearance, self-ugliness (negative perception and image of the body), being liked and married, gender stereotypes, and body management.



Therefore, according to the results of this research, to prevent further increasing in such social and cultural issue, it should be necessary to provide specialized psychological counseling to women seeking cosmetic surgery to reduce maladaptive schemas.

Author Contributions: Dr. Marziyeh Shahryari: the process of data collection, coding, analysis and writing of the research. Dr. Masoumeh Bagheri: the explanation of the findings and Corresponding Author, Bano Beigy Malek abadi: the explanation of the findings. All authors discussed and validated the final manuscript.

Acknowledgments: The authors consider it necessary to express their gratitude to all the wives of the martyrs who helped us in the implementation of the research.

Conflicts of Interest: The authors declared there are no conflicts of interest in this article.

Funding: This research was conducted with the support of the Vice Chancellor for Research and Technology of Shahid Chamran University of Ahvaz.





واکاوی بسترهای زمینه ساز فرهنگی جراحی زیبایی با طرحواره ناسازگاری خودگردانی در زنان

مرحبیه شهریاری^۱، معصومه باقری^{۲*}، بانو بیگی ملک آبادی^۳

۱. استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
۲. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی بسترهای زمینه ساز فرهنگی جراحی زیبایی با طرحواره‌های ناسازگاری خودگردانی در زنان بود. جامعه آماری تمامی زنان (۱۸ تا ۴۰ ساله) شهر اهواز بود. نمونه پژوهش ۲۷ نفر از زنان از جامعه مذکور بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. روش پژوهش کیفی از نوع پدیدارشناسی بود. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختار استفاده شد. نتایج یافته‌ها نشان داد که ۱۱ مضمون اولیه براساس مفاهیم مشترک استخراج شد که شامل تمایلات ظاهر پسندانه مردان، تمایلات ظاهر پسندانه زنان، نابرابری ایجاد شده توسط ظاهر، قبح‌زدایی اجتماعی عمل‌های زیبایی، دسترسی آسان به عمل‌های زیبایی، خود زشت‌انگاری زنان، فرار از روزمرگی، پسند شدن و ازدواج، رقابت جویی در زیبایی، کمال‌گرایی در زیبایی و کلیشه‌های جنسیتی در مورد زیبایی بود. پیامدهای جراحی زیبایی زنان شامل افزایش عزت نفس، تسهیل اجتماعی، تزلزل سرمایه اجتماعی و شیء‌انگاری بدن بود. همچنین نتایج نشان داد طرحواره ناسازگار خودگردانی بیشترین تأثیر را بر گرایش به جراحی زیبایی دارد. زنانی که متقاضی جراحی هستند طرحواره‌های ناسازگار مانند بی‌ثباتی، بی‌اعتمادی، محرومیت هیجانی، نقص و شرم، انزوای اجتماعی و بیگانگی، طرد، خودگردانی مختل، محدودیت‌های غیرمنطقه‌ای، وابستگی و بازدارندگی دارند. برخی از زنان متقاضی جراحی طرحواره تسلیم دارند و به درست بودن آن گردن می‌نهند و هیچ‌گاه سعی نمی‌کنند با طرحواره بجنگند یا از آن اجتناب کنند، بلکه می‌پذیرند که طرحواره‌ها درست هستند. بنابراین برای جلوگیری از افزایش بیشتر این مسئله اجتماعی و فرهنگی لازم است مشاوره تخصصی روان‌شناختی به زنان متقاضی جراحی زیبایی جهت کاهش طرحواره‌های ناسازگار ارایه شود.

کلیدواژه‌گان: بسترهای زمینه ساز فرهنگی، جراحی زیبایی، طرحواره ناسازگاری خودگردانی.

مقدمه

در دهه های اخیر برداشت های تازه ای از زیبایی رواج یافته و زیبایی به عنوان مجموعه ای از مؤلفه های تناسب اندام، آرایش، پوشش، جذابیت و بی نقص بودن تعریف شده است (Tafari-Ama, 2016). ایده آل های زیبایی بدن از طریق کانال های فرهنگی منتقل و توسط افراد جامعه نهادینه و الزام فرهنگی می شوند و سپس، بر رضایت از بدن تأثیر می گذارند (Arabnarmi & Ramezanzadeh, 2021). براساس نظریه های شناختی-رفتاری، ارزیابی افراد از ظاهر خود به طرحواره های ناسازگار (incompatible schemas)، موضوعات ثابت، فراگیر و پایداری می باشند که از خاطرات، هیجان ها، شناخت ها و احساسات بدنی تشکیل شده اند. این طرحواره ها، اطلاعات مربوط به رابطه بین فرد و محیط را تحریف، و افکار خودکار منفی را فعال می نمایند و در نهایت نگرش ها و پردازش شناختی نابهنجار را در پی دارند. طرحواره های ناسازگار به دلیل عدم ارضای نیازهای هیجانی اساسی دوران کودکی همچون، نیاز به دلبستگی ایمن، خودگردانی، کفایت، هویت، آزادی در بیان نیازها و هیجان های سالم، خودانگیختگی، تفریح، محدودیت های واقع بینانه و خویشتن داری به وجود می آیند (Khabbazzabet et al., 2022). از این رو عوامل روان شناختی در پیوند تنگاتنگی با عوامل اجتماعی و فرهنگی، توانان، در رفتار مدیریتی و اصلاح بدن دخیل هستند (Saleh Ahmadi & Rafiei, 2012).

مطالعات متعددی ترجیح برای نوع دوستی، انصاف، همدلی، همکاری و اجتماعی بودن را همراه با الگوهای رفتاری مرتبط در بزرگسالان و نوزادان انسان مشخص کرده است (Warneken & Tomasello, 2006). مفهوم زیبایی ممکن است به جذابیت فیزیکی بیان شده از طریق روش های حسی، یعنی زیبایی سمعی و بصری اشاره داشته باشد، یا ممکن است منعکس کننده انسانیت و فضیلت باشد، که متکی بر درک قوانین اجتماعی است که مستقل از اشکال فیزیکی (زیبایی اخلاقی) قابل درک است (Haidt, 2007). استانداردهای زیبایی در فرهنگ ها متفاوت است. در جوامع غربی که بیشتر فرهنگ های فردگرایانه هستند، زیبایی با زنی لاغر و خوش اندام مشخص می شود (Tolentino, 2019). از سوی دیگر، در فرهنگ های جمع گرایانه مانند آفریقای ها و برخی جوامع آسیایی، زیبایی با چاقی زنانگی و نشانه ای از باروری مرتبط است (Popenoe, 2012; Waters, 2014). در بیشتر جوامع ویژگی های ظاهری زنان اهمیت بیشتری دارند و زنان نسبت به وضعیت زیبایی و ظاهر خود بیشتر دقت می کنند. این توجه زیاد آن ها را وادار می کند رفتارهای گاه افراطی برای انطباق ویژگی های بدن خود با الگوهای فرهنگی زیبایی چهره و اندام اتخاذ کنند (Ahmadnia, 2005).

روند انجام جراحی های زیبایی در حال تغییر است اخیراً، بیماران معمولی به طور قابل توجهی جوان تر هستند. بیش از نیمی از زنان عربستانی تحت عمل زیبایی قرار گرفتند (Almasr et al., 2019). مشخص شده که 45 درصد از بیماران که تحت عمل جراحی زیبایی قرار می گیرند، 35 تا 50 سال سن دارند، در حالی که 27 درصد افراد زیر 35 سال هستند. دلایل چنین افزایشی در تعداد عمل های زیبایی نارضایتی از تصویر بدن، تأثیر روزافزون رسانه های اجتماعی و پیگیری کمال گرایی بدنی است (Alghonaim et al., 2019). نتایج تحقیقات انجمن بین المللی جراحی پلاستیک (ISAPS) در سال ۲۰۱۷ حاکی از این است که آمریکا با ۴ میلیون و ۲۱۷ هزار و ۸۶۲ عمل جراحی زیبایی در سال رتبه نخست، برزیل با ۲ میلیون و ۵۲۴ هزار و ۱۱۵ رتبه دوم و ژاپن با یک میلیون و ۱۳۷ هزار و ۹۷۶ مورد عمل زیبایی رتبه سوم جهانی را به خود اختصاص داده است. اما ایران رتبه بیستم را به خود اختصاص داده است که در میان کشورهای خاورمیانه بعد از ترکیه، رتبه دوم محسوب می شود. هم چنین بر اساس نتایج این گزارش، زنان با ۲۰ میلیون و ۳۶۲ هزار و ۶۵۵ تعداد، بیشترین مخاطبان عمل های جراحی زیبایی در دنیا هستند که این امر حاکی از اهمیت بحث زیبایی و زیباتر به نظر رسیدن در میان زنان است. در خصوص مسأله زیبایی هر چند عوامل پرشمار و متعددی دخیل هستند، اما از مهمترین آن ها می توان به مواردی از قبیل مصرف گرایی،

تبلیغات رسانه‌ای، مُد و مواردی از این دست اشاره کرد (Bonell et al., 2021). در مطالعه‌ای پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که زنان متقاضی عمل جراحی زیبایی از نظر طرحواره‌های خودگرانی، محدودیت مختل و دیگر جهت‌مندی و همچنین از نظر جنبه‌های مختلف سلامت عمومی مانند وضعیت جسمانی، افسردگی و اضطراب با زنان غیرمتقاضی تفاوت معناداری دارند. (Nilfarforoshan (2015 در پژوهشی با عنوان «همذات‌پنداری کاربران زن با محتوای اینستاگرام از نحوه کاربری و پیامدهای عمل‌های زیبایی ناموفق» که با روش کیفی انجام گرفته بود. تجارب کاربران نشان داد نحوه کاربری شامل عوامل فعالیت گسترده در شبکه‌های مجازی، پیگیری و تحقیق در شبکه‌های مجازی، تمایل به دیده شدن در شبکه‌های مجازی و جامعه و عدم اعتماد به فضای مجازی و تبلیغات و پیامدهای عمل‌های ناموفق زیبایی شامل عوامل خودکشی برای اقدامات ناموفق زیبایی، مشکلات خانوادگی و تحصیلی در اثر سوختگی صورت، تلاش خانواده برای نجات از وضعیت بحرانی، تاوان اشتباهات و قضاوت اشتباه می‌باشد. یکی از مسائل در این زمینه، نقش طرحواره‌های ناسازگار اولیه در بالا بردن تمایل افراد به جراحی زیبایی است (Jalvan et al., 2021). در پژوهشی با عنوان «تأثیر سطح پذیرش نسل سوم زنان مالزیایی بر سطح جراحی زیبایی» این نتیجه به دست آمد که سطح پذیرش نسل سوم زنان مالزیایی به سمت عمل جراحی زیبایی از دو عامل انطباق و جنسیت افراد تأثیر می‌پذیرد. اما از طرف دیگر مشخص شد که فقدان عزت نفس و جذابیت خود، عاملی برای پذیرش عمل جراحی زیبایی می‌باشد (Kee, 2017).

بر اساس سوابق مطالعاتی در زمینه جراحی زیبایی، هدف پژوهش حاضر، واکاوی بسترهای زمینه‌ساز فرهنگی جراحی زیبایی با طرحواره ناسازگاری خودگردانی در زنان شهر اهواز بود.

روش

طرح پژوهش، جامعه آماری، نمونه پژوهش و روش نمونه‌گیری

روش پژوهش کیفی از نوع پدیدارشناسی بود. جامعه آماری تمامی زنان (۱۸ تا ۴۰ ساله) شهر اهواز بود. نمونه پژوهش ۲۷ نفر از زنان (۱۸ تا ۴۰ ساله) بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند.

روش اجرا

در تحقیق حاضر، براساس موضوع، ایده و مسئله، اهداف و سؤالات تحقیق روش پدیدارشناختی انتخاب شد. روش جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته بود. داده‌های مطالعه از ۲۷ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند (زنان ۱۸ تا ۴۰ ساله شهر اهواز) که جراحی زیبایی انجام داده بودند جمع‌آوری شد. پس از گردآوری و پیاده کردن مصاحبه‌ها، متن و محتوای آن‌ها بررسی و طبقه‌بندی شد و سپس به کدگذاری مطالب مصاحبه‌ها پرداخته شد. بدین صورت که پس از مطالعه متن، تمامی نکات و اطلاعاتی که افراد مصاحبه‌شونده مطرح کرده بودند استخراج و سپس، مضامینی که مفاهیم مشترک داشتند در یک طبقه قرار داده شد. در نهایت ۱۱ مضمون اولیه براساس مفاهیم مشترک، مقوله‌های عام و تلخیص شده استخراج شد.

یافته‌ها

طبق یافته‌ها بر اساس تجربیاتی که مشارکت‌کنندگان از مداخلات زیبایی داشتند مضامین مشترک طبقه‌بندی و سپس مضامین به دست آمده در جدول ۱ گزارش شد:



Table 1.

Women's tendency towards cosmetic interventions

مضمون اصلی	مضمون محوری	مضمون اولیه	مفاهیم
نگاره های فرا شخصیتی و سوانامی جراحی های زیبایی	انگیزه های فرا شخصیتی و سوانامی جراحی های زیبایی	تمایلات ظاهر پسندانه مردان	خواست همسر برای انجام عمل زیبایی، ترس از توجه نکردن همسر، ترس از مقایسه شدن با زنان زیبا توسط همسر، جلب رضایت همسر، تعارض نظر با عمل در بین مردان
		نگاه ظاهر گراییانه به زنان	اهمیت پیدا کردن ظاهر در جامعه، تاکید بیش از حد بر زیبایی ظاهری در جامعه، تقدم ظاهر بر سایر معیارهای کسب شغل در خیلی مواقع
		نابرابری ایجاد شده توسط ظاهر	مورد تبعیض قرار گرفتن به خاطر ظاهر، بها دادن جامعه به زنان با آرایش بیشتر و ظاهر بهتر، نادیده گرفته شدن و به حاشیه رفتن زنان به خاطر ظاهر ساده و عدم همسو بودن با معیارهای ظاهری جامعه، انتخاب نشدن توسط خواستگار به خاطر ظاهر معمولی
		قبیح زدایی اجتماعی عمل های زیبایی	فراگیر شدن توجه به ظاهر در جامعه، فراگیر شدن عمل های زیبایی، قبیح زدایی اجتماعی از جراحی زیبایی، شرایط مساعد اجتماعی، پذیرش اجتماعی عمل های زیبایی
		دسترسی آسان به عمل های زیبایی	هزینه های نسبتا پایین عمل های زیبایی، در دسترس بودن خدمات پزشکی
به نزدیک شدن به تصویر مثلی از چهره تمایل ایده آل	به نزدیک شدن به تصویر مثلی از چهره تمایل ایده آل	خود زشت انگاری زنان	رضایت نداشتن از ظاهر خود، داشتن درگیری و دغدغه ذهنی نسبت به ظاهر، نداشتن اعتماد به نفس به خاطر ظاهر، عقده های سر کوب شده دوران بچگی، نداشتن احساس خوب به صورت
		فرار از روزمرگی	ایجاد تمایز با دیگری، تنوع طلبی و ایجاد تغییر، فرار از روزمرگی، تفرج و ظاهر گرایی، شخصیت نمایشی
		پسند شدن و ازدواج (گرایش به جراحی زیبایی به مثابه مقبولیت)	دیده شدن در جامعه، پیدا کردن خواستگار، ازدواج کردن، مورد پسند واقع شدن، جذاب شدن، دلبری کردن
جذب جنس مخالف مقبولیت چهره ای و	جذب جنس مخالف مقبولیت چهره ای و	رقابت جویی در زیبایی	رقابت و چشم و هم چشمی، کم نیارودن از بقیه، رقابت با خانواده همسر، کم نیارودن در مقابل خانواده همسر، کلاس گذاشتن
		کمال گرایی در زیبایی	پیری هراسی، کمال گرایی در زیبایی، خاص بودن
		کلشه های جنسیتی در مورد زیبایی	ذاتی بودن زیبایی برای زن، زیبا دوست بودن ذاتی انسان، تعریف زن خوب به زیبایی

طرح وارده ناسازگاری خودگردانی

طبق جدول ۱ نتایج نشان داد که ۱۱ مضمون اولیه که شامل تمایلات ظاهر پسندانه مردان، تمایلات ظاهر پسندانه زنان، نابرابری ایجاد شده توسط ظاهر، قبیح زدایی اجتماعی عمل های زیبایی، دسترسی آسان به عمل های زیبایی، خود زشت انگاری زنان، فرار از روزمرگی، پسند شدن و ازدواج، رقابت جویی در زیبایی، کمال گرایی در زیبایی و کلشه های جنسیتی در مورد زیبایی به دست آمد. مضمون ها در ذیل گزارش شد:

قبیح زدایی اجتماعی عمل های زیبایی: در گذشته تعداد کسانی که به سمت جراحی زیبایی گرایش داشتند، محدود بود اما امروزه مجموعه ای از عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باعث شده افراد زیادی فارغ از زشتی

یا زیبایی تنها به امید تغییر، دست به چنین عملی بزنند. به عبارتی وقتی تعداد کسانی که عمل زیبایی انجام دادند در جامعه زیاد شد به نوعی ترغیب کننده و مهر تاییدی بر انجام این کار شد. مشارکت کننده ای در این زمینه این چنین می گوید: «من جایی که زندگی می کنم در همسایگی ما اگه ۵ تا خونه در مجاورت ما باشه ۴ تا توش دماغ عمل کرده داریم یا عمل زیبایی انجام دادن. در بین دخترای فامیل من تنها کسی هستم که فقط یه جراحی زیبایی انجام دادم اکثراً چند عمل زیبایی انجام دادن که وقتی میرم در بینشون قرار می گیرم انگار همه برام جدیدن و قیافه هاشون عوض شده است».

تمایلات ظاهر پسندانه مردان: زیبایی زن، موضوعی با اهمیت اجتماعی زیاد همیشه بوده و تداوم داشته است. در رسانه های آمریکایی، جذابیت زنان اغلب به مقبولیت اجتماعی، موقعیت و اخلاقیات گره خورده است و زنانی که از استانداردهای فرهنگی قابل قبول منحرف شده اند به صورت کاریکاتورهای عجیب و غریب و تمسخر و تحقیر به تصویر کشیده شده اند. اغلب زنان چاق که از نظر فیزیکی نامطلوب هستند به وسیله برخی از مردان به تصویر کشیده شده که معنای ضمنی آن این است، زنانی که با استانداردهای اجتماعی مطلوبیت فیزیکی مطابقت ندارند، اساساً زن نیستند (Samimi, 2016). طبق تفاسیر مشارکت کنندگان به خاطر اهمیت همسر در زندگی زنان و بیشتر از هر عاملی نقش های حمایتی آنها و با توجه به بافت سنتی شهر اهواز اغلب زنانی که با آنها مصاحبه شد انگیزه خود از انجام عمل های زیبایی را خواست یا رضایت همسر خود بیان می کردند.

مشارکت کننده ای در این زمینه می گوید: «هر کی هم هر چی بگه من زیبا هستم اما از بس میبینم که مردا دیگه خواهان یه چیزی هستن و همسرش هی میاد جلوش و میگه فلانی اون طور و فلانی این طور دیگه خودش هم جذب این زیبایی ها میشه میره سمت این زیبایی ها میره که شوهر خودش رو نگه داره برای زندگیش. به همین خاطر من میگم زیبایی همونه که خدا داده خیلی بهتر و سالم تره اما خوب دیگه این شرایطی که به وجود اومده متأسفانه همه رو مجبور کردن که اجباری به خودشون برسند که بتونن همسرا خودشون رو نگه دارن».

نگاه ظاهر گرایانه به زنان: از ویژگی های جامعه امروزی، اهمیت پیدا کردن ظاهر است به این صورت که افراد را با ظاهر آنها مورد قضاوت قرار می دهند. این ظاهر گرایی در مورد زنان روند آسیب گونه ای گرفته است. مشارکت کننده در این زمینه می گوید: «الان خیلی از خانما واقعا دیگه بیش از حد برای ظاهرشون و حتی جونشون رو هم میدن. پیش اومده و من دیدم که سلامتی شون رو گذاشتن خانم هایی که تزریق ژل انجام دادن و ژل های نامرغوب تزریق کردن چه بلایایی که به سرشون اومده است».

نابرابری ایجاد شده توسط ظاهر: زیبایی برای زنان به صورت یک آرمان درآمده است. اکنون زیبایی یک اجبار و الزام اجتماعی است و ممکن است زنانی که با این آرمان زیبایی همخوانی ندارند، در بعضی موقعیت ها مانند ازدواج و اشتغال کمتر از زنان دیگر موفق شوند و احساس تبعیض کنند. زنان برای گریز از چنین طرد و تبعیضی لاجرم به سیستم پزشکی متوسل می شوند که بتوانند با آرمان زیبایی همخوانی شوند. در جوامعی که با صورت و فرم تبعیض جنسیتی شکل گرفته، میزان توجه افراد به بدن در میان دوجنس متفاوت است و انتظارات اجتماعی متفاوتی از زن و مرد وجود دارد و نیز انتظارات اجتماعی مرتبط با بدن درباره زنان بیشتر و جدی تر است. «به نوعی، آرایش زنانه را می توان محصول نظام مردسالار به شمار آورد که در آن زنان قربانیان آنها هستند و اراده و عاملیت زنان را متاثر از واقعیت های فرهنگی، اجتماعی و رفتار و انتظارات دیگران و آنها را مجبور به گزینش چیزهایی می دانند که خود انتخاب نکرده اند.» (Young, 2005, Translated by Sahebi & Hamidpour, 2013). طبق تفاسیر مشارکت کنندگان، زنان با آرایش بدنبال ساخت هویت و خودآرمانی برای مردان و نفی خود و پنهان کردن خود هستند. در این صورت هویتی از زنان شکل می گیرد که خارج از هویت آنها و خواست مردان هست. اختیار از زنان گرفته می شود و از این طریق، زنان دچار نوعی از خودبیگانگی می شوند.

مشارکت کننده ای در این مورد می گوید: «الان به نظرم این عمل های زیبایی یه نابرابری یا چه جور

بگم سطح توقعات مردم را بالا برده اونی که میره با این عمل‌های زیبایی لبای آن چنانی یا گونه و یا هر چیز دیگری روبرای خودش درست میکنه و کسی که این کار رو نکرده و به صورت طبیعی هست خوب اون کسی که عمل زیبایی انجام داده بیشتر به چشم میاد و خواستگار بیشتری هم دارد به همین خاطر منم رفتم بر خلاف میل درونی خودم عمل کردم و ژل تزریق کردم فقط برا اینکه نکنه به خاطر ظاهرم دیده نشم».

خود زشت انگاری زنان: اختلالی روانی محسوب می‌گردد که همراه با اشتغال ذهنی و تصور نقض در ظاهر می‌باشد و باعث اختلال عاطفی و نقص در عملکرد روان شناختی می‌گردد (Gupta et al., 2013). آن‌ها برای از بین بردن این حس و داشتن حس بهتر نسبت به خود به جراحی زیبایی اقدام نمودند. مشارکت کنندگان معتقدند، از بسترهای تاثیرگذار بر انجام عمل‌های زیبایی به خود افراد و ذهنیت آن‌ها نسبت به صورت و ظاهر بر می‌گردد. به این معنا که زنان خود را زشت می‌بینند و از اعتماد به نفس کافی برای حضور در جمع برخوردار نیستند و به نوعی یک اضطراب اجتماعی به خاطر ظاهر خود را تجربه می‌کنند.

مشارکت کننده‌ای دیگری بیان می‌کرد: «از بچگی خیلی به من میگفتن چشمت خوشگله و وقتی اینو بهم میگفتن فکر می‌کردم یاداره مسخرم می‌کنه یا چون پلکای من متقارن نیست داره یا برام ترحم میکنه میخان این جور ی بگن که من ناراحت نباشم».

فرار از روزمرگی: مفهوم مدیریت تاثیرگذاری را برای حفاظت از خود مطرح می‌کند. طبق نظر (Goffman 1959)، «افراد هنگام کنش متقابل می‌کوشند جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران باشد. افراد دائماً در حال اجرای نمایش‌های مختلفی هستند و ظاهر آن‌ها در عرضه و نمایش خود نقش تعیین کننده ایفا می‌کند.» در این میان در بحث آرایش زنان به وسیله نقش‌هایی که در این موقعیت اجرا می‌کنند، «خود» خود را شکل می‌دهند و در اینجا خود معنا می‌یابد. افراد در صددند که با آرایش و تغییر در ظواهر بیرونی خود ارتباطی برقرار نمایند که بیشترین تاثیرگذاری را بر دیگران داشته باشند. «امروزه مداخلات زیبایی به نیازی ضروری در میان اکثر زنان و دختران جوان تبدیل شده، به طوری که به عنوان یک نیاز اجتماعی است که گاهی نیاز به زیبایی از آنجا نشأت می‌گیرد. بر این اساس زنان، پول و انرژی زیادی را صرف می‌کنند تا ظاهر خود را به شکل آرمانی درآورند (Ahmadnia, 2005). از مفاهیم دیگری که از متن مصاحبه‌ها استخراج شد تنوع طلبی و ایجاد تغییر بود یعنی کسانی هستند که از نظر زیبایی در وضعیت خوبی قرار دارند اما با انجام عمل‌های زیبایی دنبال تغییر و تنوع یا به نوعی فرار از روزمرگی هستند.

مشارکت کننده‌ای در این مورد می‌گوید: «من قبل از عمل تصور خوبی به ظاهرم داشتم و اعتماد به نفسم خوب بود فقط دوست داشتم تغییر و تحولی و تنوع انجام بدم اون ظاهر رو هم دوست داشتم الان بیشتر خودمو دوست دارم. چون تازه انجام دادم برام این ظاهر جذاب تره ولی ظاهر قبلم هم دوست داشتم».

پسند شدن و ازدواج (گرایش به جراحی زیبایی به مثابه مقبولیت): افراد در زندگی خود به دنبال مطلوب واقع شدن هستند. و در هر وضعیتی، رفتاری را از خود بروز می‌دهند که کمترین ضرر و بیشترین پاداش را داشته باشند. پس به نظر می‌رسد جذب جنس مخالف بر گرایش زنان به عمل زیبایی مؤثر است (Piraheri & Bidaran, 2018). در جامعه‌ای که ازدواج خیلی مهم می‌باشد دختری که نه مهارتی دارد و نه شغلی و تحصیلاتی اگر ازدواج نکند نه سرپناهی و نه حمایتی دارد. برای همین خیلی از دختران جامعه برای اینکه شانس ازدواج بهتری داشته باشند با توجه به ظاهر گرایی در امر انتخاب شدن به عمل‌های زیبایی رو می‌آورند.

مشارکت کننده‌ای در این زمینه این چنین می‌گوید: مشارکت کننده‌ای در این مورد بیان می‌کند: «اونا هم مثل من دوست داشتن زیبا تر بشن. خیلی به خاطر این که میخان ازدواج کنن و یه جورایی کسی پسندشون نمیکنه میخان دیده بشن و پسندشون کنن چون خیلی ها رو دیدم که میگن عمل می‌کنیم تا پسند بشیم تا ازدواج کنیم و خوشگل تر بشیم».

کمال گرایی در زیبایی: کمال گرایی کمال گرایی جامعه مدار به احساس ضرورت، رعایت معیارها و برآورده ساختن انتظارات تجویز شده از سوی افراد مهم به منظور کسب تایید اطلاق می گردد (Masterifarhani, 2023). کمال گرایی در زیبایی که در شرایط کنونی جامعه نمود دارد یک رگه هایی از غیر واقع بینی در آن به چشم می خورد. اگر ظاهر انسان روال عادی و طبیعی خود را طی کند در دهه چهارم زندگی اش آثاری از گذشت زمان و نشانه هایی از عبور از دوره جوانی بر سر و صورت او ظاهر می شود. مشارکت کننده ای در این مورد می گوید: «اگر بگم هیچی درست نگفتم خودم رو اگه ببینی که عمل کردم متوجه می شید که برام مهم بوده که این کار رو کردم از نظر من خیلی ظاهر آدمای کلا برام مهم نیست یعنی جوریه که وقتی باهاشون برخورد داشته باشم شخصیت بیشتر می چربه به ظاهره اما واسه خودم این جوری نیست بلکه دوست دارم تو بهترین حالت باشم همیشه».

رقابت جویی در زیبایی: اکثریت افراد معمولاً در دوره هایی از زندگی خود از راهبردهای مقابله ای بازسازی ظاهر استفاده کرده اند. اما کسانی که سطوح بالاتری از نارضایتی بدنی دارند، به میزان بیشتری از چنین راهبردهایی استفاده می کنند. بنابراین افرادی که سطوح بالاتری از سرمایه گذاری بدنی و نارضایتی بدنی دارند، به احتمال بیشتری در انواع رفتارهای بازسازی درگیر می شوند.

مشارکت کننده ای در این زمینه می گوید: «الان دیگه اگه اطراف خودمون رو نگاه کنیم دختر زشت نمی بینیم همه خوشگلن همین باعث میشه که تو هم بخای تو این دسته یه جوری باشی که حداقل از بقیه کمتر نباشی این جوری شده واقعا و برای خودم هم این طور هست و برای همه هم این گونه است».

کلیشه های جنسیتی در زمینه زیبایی: کلیشه های جنسیتی یک قضاوت یا سوگیری پذیرفته شده درباره ی یک فرد یا گروه است، به واسطه ی نقش ها و کلیشه های جنسیتی، انتظارات و فشارهای اجتماعی به وجود می آید. انتظاراتی درباره ی رفتار، نگاه و حتی بیان احساسات افراد آن هم به گونه ای خاص، که الزاماً باید با هویت جنسی مطابقت داشته باشد، در غیر این صورت از سوی جامعه و افراد دیگر طرد می شویم (Ebadi, 2024). هنگامی که بدن زن در عرصه اجتماع نگرسته شود، آن ها به طور طبیعی تشویق می شوند تا با طرح های بدنی و تغییرات آن درگیر شوند و از آن ها انتظار می رود که در ساختار و شکل خویش تغییراتی ایجاد نمایند (Ganji et al., 2019).

مشارکت کننده ای در این زمینه می گوید: «ظاهرم رو دوست داشتم. ذات انسان زیبا پسند است دوست داشتم عمل کنم چون کسی از ظاهر زیبا بدش نمیاد. کسی نمیداد بگه چون این زیباست من ازش بدم میاد». مشارکت کننده دیگری در این باره می گوید: «به نظرم زیبایی برای زن افریده شده زیبایی رو نباید مرد انجام بده چون بهشون نمیداد مرد بیشتر باید رو باطنش رو اخلاقی کار کنه».

پیامدهای مداخلات زیبایی برای زنان

از آنجا که برخی افراد نمی توانند در قالب استانداردهای زیبایی بگنجند و تلاش آن ها برای دستیابی به تصویر بدنی مطلوب و دلخواه بی نتیجه است در معرض آسیب ها و مشکلات روحی و روانی قرار می گیرند. در این شرایط فرد دچار احساس حقارت و خودکم بینی می شود و سعی می کند در جهت جبران و سرکوب احساسات منفی اش به مدیریت بدن بیشتری بپردازد. پس به ویرایش بدن و عمل جراحی روی می آورد (Talebidalir, 2024). طبق تفاسیر مشارکت کنندگان، اگرچه انتظار این است که بعد از عمل جراحی رضایت بیشتری حاصل شود اما گاه در برخی موارد احساس رضایت به نوعی احساس نارضایتی و در نتیجه تکرار عمل های جراحی و بروز احساسات منفی و افسردگی خود را نشان می دهد.



Table 2.

Consequences of cosmetic interventions

مضمون اصلی	مضمون محوری	مفاهیم
	افزایش عزت نفس	بیشتر دوست داشتن خود، افزایش اعتماد به نفس، داشتن حس خوب
	تسهیل اجتماعی	تسهیل در ارتباط اجتماعی، پیشرفت و موفقیت بعد از عمل زیبایی، مورد توجه قرار گرفتن، جذابیت، پیدا کردن خواستگار
	تزلزل سرمایه اجتماعی	از اصالت افتادن زیبایی، پیدایش مسائل هویتی، پایین آوردن اعتماد به نفس در بین زنان که اقدام به عمل زیبایی نکردند، کاهش اعتماد اجتماعی
	آسیب های جسمی	آسیب های جسمی بعد از عمل زیبایی، واهمه و ترس از انجام عمل زیبایی، انجام
	شی انگاری بدن	عمل توسط افراد فاقد دانش تخصصی، ارجحیت نگاه زیبایی محور به بدن بر نگاه سلامت محور

افزایش عزت نفس: از دید (Goffman 1959, Translated by Masoud Kianpour, 2012) افراد در هنگام کنش متقابل، می کوشند جنبه ای از خود را نمایش دهند که دیگران آن را می پذیرند. او مدیریت تأثیرگذاری را از شگردهایی می داند که کنشگران برای حل مسائلی که به احتمال زیاد ممکن است در این زمینه با آن روبه رو شوند از آن ها استفاده می کنند (Ritzer, 1995, Translation by Solati, 2001). با یاری فناوری پزشکی، از راه جراحی های پلاستیک و زیبایی، دندانپزشکی و غیره، ایده خلق بدن ها به وجود آمده است. به بیان دیگر، تغییراتی چون صنعتی شدن، فردگرایی و مدرنیته، سبب توجه به بدن شده است و بدن در این دوران با هویت و مفهوم خود ارتباط یافته است (Etemadi Fard et al., 2013).

مشارکت کننده ای در این زمینه چنین می گوید: «شاید بگم قبل از عمل خیلی مغرور بودم و اعتماد به نفس بالایی داشتم اما خوب وقتی عمل کردم احساس کردم که خیلی زیباتر شدم. الان وقتی عکسای قدیمی رو نگاه میکنم میگم چقدر خوب شد بینیم رو عمل کردم».

تسهیل اجتماعی: به نظر می رسد جامعه پسند شدن و کسب ارزش احترام در جامعه می تواند در گرایش زنان به انجام عمل های زیبایی مؤثر باشد (Ritzer, 1995, Translation by Solati, 2001). به عبارتی بعد از عمل زیبایی تسهیل در ارتباط اجتماعی، پیشرفت و موفقیت بعد از عمل زیبایی، مورد توجه قرار گرفتن فراهم شده است. مشارکت کننده ای در این زمینه می گوید: «میگن قشنگ شدی و صورت و بیبی بهتر شده این حرفا رو میزنن و خوب آدم هم روحیش هم بهتر میشه خواستگارم هم بیشتر شده. البته متاسفانه چون آقایون هم زیبایی براشون مهمه».

تزلزل سرمایه اجتماعی: جراحی زیبایی یک پایه روان شناسی و یک پایه جامعه شناسی هم دارد. پایه روان شناسی آن به اختلالی بازمی گردد که به آن «خود بد ریخت پنداری» و «خود زشت انگاری» گفته می شود. معمولاً افرادی که در جراحی های زیبایی افراط می کنند، کسانی هستند که با بدن خود مشکل دارند و به اختلال «خود زشت انگاری» مبتلا هستند. اختلال خود زشت انگاری نوعی اختلال روانی است که فرد مبتلا به طور دائم روی یک یا چند نقص در ظاهر خود تمرکز کرده و پیوسته فکرش درگیر آن است (Taheri, 2021). طبق تفاسیر مشارکت کنندگان، با افزایش آگاهی مردم از استانداردهای زیبایی، میل به نزدیک شدن به این استانداردها زیادتر شده است. مشارکت کننده ای در این مورد این چنین می گوید: «الان یه شرایطی پیش اومده که دیگه کسی رومی بینی که ظاهرش قشنگه باید از خودت بپرسی که آیا این زیبایی خدادادی هست یا با عمل زیبایی ایجاد شده و قتی که متوجه میشی با عمل بوده انگار اون حس خوبی که باید از دیدن طرفت بهت دسته بده نداری و یا ازت گرفته

میشه چون احساس می‌کنی اون خود واقعیش نیست».

شی‌انگاری بدن: با افزایش فرهنگ مصرفی و تشویق و گرایش افراد به مصرف گرایی، تمایل به بدن رو به افزایش است، به گونه‌ای که بدن در فرهنگ مصرفی نقش محوری را بازی می‌کند. با توجه به تاکید و اهمیت بدن در جامعه معاصر، چنین به نظر می‌رسد که بدن تبدیل به دارایی مادی افراد شده است. در این نگاه بدن انسان به یک کالا تبدیل می‌شود (Goffman, 1959, Translated by Masoud Kianpour, 2012). یعنی همان گونه که انسان مدرن دست به تغییر اسباب و دکوراسیون منزل و نوع معماری خانه‌ها می‌زند با بدن خود رفتار می‌کند. ارزش و اهمیتی که بدن انسان داشت و در این نگاه کم رنگ شده است.

مشارکت کننده‌ای در این زمینه می‌گوید: «همه چیش خوبه اون دختر عموم و چهره خیلی خیلی زیبایی داره همه چیش عالیه فقط باسن نداره بعد رفت تهران عمل کرد این قدر حالشش بد بود که داشت می‌مرد رو به موت شد. ولی به دکترش گفت که ارزششو داره و این کار رو برام تموم کن یک ماه اونجا بستری بود».

بحث و نتیجه‌گیری

طبق یافته‌های پژوهش، مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختار یافته با زنان و دخترانی که اقدام به مداخلات زیبایی کرده بودند انجام شد. نتایج نشان داد که «طرح‌واره ناسازگار خودگردانی» بیشترین تاثیر را بر گرایش به جراحی زیبایی دارد. طرح‌واره‌های ناسازگار الگوها یا درون‌مایه‌های عمیق روانی هستند که از خاطرات، هیجان‌ها، شناخت‌واره‌ها و احساسات بدنی تشکیل شده‌اند و در دوران کودکی یا نوجوانی شکل گرفته و در سیر زندگی تداوم دارند. بعد از آن، بیشترین عوامل تأثیرگذار بر گرایش به مداخلات زیبایی به ترتیب قبح زدایی اجتماعی از مداخلات زیبایی، نابرابری ایجاد شده توسط ظاهر، خود زشت انگاری (درک و تصور منفی از بدن)، پسند شدن و ازدواج، کلیشه‌های جنسیتی و مدیریت بدن بود.

براساس یافته‌های پژوهش، رویکردهای اجتماعی و فرهنگی به مسأله زیبایی نقش مهمی در ایجاد استانداردها و تعیین ایده‌آل‌های بدن فراهم کردند. قبح‌زدایی اجتماعی از مداخلات زیبایی در ارزش‌گذاری‌های اجتماعی و اخلاقی و تعیین خوبی‌ها و بدی‌ها قابل تامل است در واقع مانع اجتماعی از سر راه این مسئله اجتماعی برداشته شده است. قبح زدایی اجتماعی یعنی شرایطی که کسانی دوست داشته باشند عمل زیبایی انجام بدهند اما به دلیل جو نامساعد اجتماعی که آن را نوعی عیب بدانند و کسی که این کار را انجام دهد انگشت نما شود تعریف شده است. از دیگر مضامین تاثیر گذار تمایلات ظاهر پسندانه مردان بود که به نوعی با نتایج پژوهش (Hosseini et al., 2019). همسو بوده و این پژوهش‌ها این مفهوم از نتایج پژوهش حاضر را تأیید کردند. نگاه ظاهر گرایانه به زنان از دیگر مفاهیم به دست آمده در این پژوهش بود که با تحقیق (Ghasemi, 2017) و Etemadi Fard and Amini (2013) همخوانی دارد. نابرابری ایجاد شده توسط ظاهر از مفاهیم مهم و پر تکرار طبق تفاسیر مشارکت کنندگان بود. مورد تبعیض قرار گرفتن به خاطر ظاهر، بهادادن جامعه به زنان با آرایش بیشتر و ظاهر بهتر، نادیده گرفته شدن و به حاشیه رفتن زنان به خاطر ظاهر ساده و عدم همسو بودن با معیارهای ظاهری جامعه، انتخاب نشدن توسط خواستگار به خاطر ظاهر معمولی بود. طبق تفاسیر مشارکت کنندگان، وقتی کسی کمتر زیباست مورد بی توجهی خانواده و جامعه قرار می‌گیرد هر چند در زمینه‌های دیگر شخصیتی و هویتی خود در موقعیت خوبی باشد.

از دیگر بسترهای تاثیرگذار بر گرایش روز افزون به عمل‌های زیبایی طبق تجارب مشارکت کنندگان، خود زشت انگاری زنان، فرار از روزمرگی و ایجاد تغییر، پسند شدن و ازدواج، کلیشه‌های جنسیتی در مورد زیبایی زن و زیبایی، کمال گرایی در زیبایی و رقابت جویی در زیبایی بود. خود زشت انگاری زنان به رضایت نداشتن زنان از ظاهر خود، نداشتن اعتماد به نفس به خاطر ظاهر، داشتن دغدغه و درگیری ذهنی نسبت به ظاهر بر می‌گردد. که به نظر می‌رسد این خود زشت انگاری زنان تا حدودی القاعی است یعنی در واقعیت زنان از نظر ظاهری عیبی در صورت و ظاهر خود ندارند. فرار از روزمرگی، ایجاد تغییر و تنوع از دیگر مفاهیمی بود که از متن مصاحبه‌ها استخراج شد. می‌توان گزارش کرد که شرایط زندگی زنان جامعه همه در روال عادی و خوش است که زنان دیگر

کاری برای بهتر شدن زندگی خود نمی‌توانند انجام دهند یا شرایط زندگی برای زنان جامعه به گونه‌ای است که فشارها و مسائل اجتماعی و زندگی، شرایط یکنواخت و بدون هیجان و نشاطی را برای آن‌ها رغم زده و به همین خاطر دچار روزمرگی شده و دست به تغییر ظاهر خود می‌زنند.

پسند شدن و ازدواج، از مفاهیم اصلی مؤثر بر گرایش دختران به عمل‌های زیبایی است. که با پژوهش‌های Ghasemi (2017) و همچنین Mokhtari & Enayat (2011) و Etemadi Fard & Amini (2013) مبنی بر افراد در زندگی خود در پی مطلوب واقع شدن هستند و در هر وضعیتی، رفتاری را از خود بروز می‌دهند که کمترین ضرر و بیشترین پاداش را داشته باشند. پس به نظر می‌رسد جذب جنس مخالف بر گرایش زنان به عمل زیبایی مؤثر است همخوانی دارد.

کلیشه‌های جنسیتی در مورد زن و زیبایی و تعریف کردن زن به زیبایی و اینکه زیبایی برای زن است. از دیگر مفاهیم مؤثر بر گرایش زنان و دختران به جراحی‌های زیبایی است که با پژوهش‌های انجام شده Ghasemi (2017) و همچنین Etemadi Fard & Amini (2013) همسویی دارد. مفهوم دیگری که مؤثر بر گرایش زنان و دختران به عمل‌های زیبایی بود کمال گرایی و به نوعی پیری هراسی است. کمال گرایی در زیبایی که در شرایط اکنون جامعه نمود دارد یک رگه‌هایی از غیر واقع بینی در آن به چشم می‌خورد. اگر ظاهر انسان روال عادی و طبیعی خود را طی کند در دهه چهارم زندگی اش آثاری از گذشت زمان و نشانه‌هایی از عبور از دوره جوانی بر سر و صورت او ظاهر می‌شود. از پیامدهای انجام عمل‌های زیبایی برای زنان افزایش عزت نفس، تسهیل اجتماعی، تزلزل سرمایه اجتماعی و شیء انگاری بدن می‌باشد. بنابراین به نظر می‌رسد جامعه پسند شدن و کسب ارزش احترام در جامعه می‌تواند در گرایش زنان به انجام عمل‌های زیبایی مؤثر باشد.

زنانی که تجربه جراحی زیبایی داشتند بیشتر تحت تأثیر القاعات و فشارها و هنجارهای جامعه اقدام به جراحی زیبایی کردند. نتایجی که از این پژوهش حاصل شد در راستای تأیید نظرات Mary Douglas (2007-1921) می‌باشد. آن جایی که مری داگلاس بدن را به مثابه یک متن فرهنگی می‌داند که علاوه بر انعکاس ارزش‌های فرهنگی و اشتغال و اضطراب‌های یک فرهنگ خاص، تجلی عینی نیز به آن می‌بخشد و بدن را همچون نمادی از جامعه می‌داند که عمل و استدلال می‌کند و بدن مانند مدلی است که بیان کننده هرگونه نظام اجتماعی است.

به بیان دیگر، هر چه عاملیت توانمندتر باشد کمتر تحت تأثیر القاعات و فشارهای اجتماعی قرار می‌گیرد. در پژوهش Nilforooshan et al. (2015)، زنانی که متقاضی جراحی بودند طرحواره‌های ناسازگاری مانند بی‌ثباتی، بی‌اعتمادی، محرومیت هیجانی، نقص و شرم، انزوای اجتماعی و بیگانگی، طرد، خودگردانی مختل، محدودیت‌های غیرمنطقه‌ای، وابستگی و بازدارندگی داشتند. برخی از زنان متقاضی جراحی طرحواره تسلیم دارند و به درست بودن آن گردن می‌نهند و هیچ‌گاه سعی نمی‌کنند با طرحواره بجنگند یا از آن اجتناب کنند، بلکه می‌پذیرند که طرحواره‌ها درست هستند. وقتی زنان متقاضی جراحی سبک مقابله‌ای اجتناب را به کار می‌برند، سعی می‌کنند زندگی خود را طوری تنظیم کنند که طرحواره هیچگاه فعال نشود. آن‌ها می‌کوشند با ناآگاهی زندگی کنند، انگار که اصلاً طرحواره‌ای ندارند. معمولاً از موقعیت‌های برانگیزاننده‌ی طرحواره، مثل روابط صمیمی یا چالش‌های شغلی، اجتناب می‌کنند. اکثر این بیماران از تمام حوزه‌های زندگی که نسبت به آن‌ها احساس آسیب پذیری می‌کنند، رو برمی‌گردانند. با توجه به نتایج این پژوهش برای جلوگیری از افزایش بیشتر این مسئله اجتماعی و فرهنگی هر چه زنان بیشتر وارد حاشیه و نادیده شوند هم جامعه و هم زنان با آسیب‌ها و مسائل بیشتری مواجه خواهند شد.

سهم نویسندگان: دکتر مرضیه شهریاری: فرآیند جمع‌آوری داده‌ها، کدگذاری، تحلیل و نگارش پژوهش. دکتر معصومه باقری: توضیح یافته‌ها و نویسنده مسئول، بانو بیگی ملک آبادی: توضیح یافته‌ها. همه نویسندگان نسخه نهایی مقاله را مورد بررسی قرار داده و تأیید نموده‌اند.

سپاسگزاری: نویسندگان مراتب تشکر خود را از همه کسانی که در انجام این مقاله نقش داشته‌اند اعلام می‌دارند.



تعارض منافع: در این پژوهش هیچگونه تعارض منافع توسط نویسندگان گزارش نشده است.

منابع مالی: این پژوهش با حمایت معاونت پژوهشی و فناوری دانشگاه شهید چمران اهواز انجام شده است.

Resources

- Ahmadnia, S. (2005). Sociology of the Body and Women's Bodies. *Women's Chapter*, 1(5), 0-0. [Persian] URL: <https://www.sid.ir/paper/443297/fa>.
- Alghonaim, Y., Arafat, A., Aldeghaither, S., Alsugheir, S., & Aldekhayel, S. (2019). Social media impact on aesthetic procedures among females in Riyadh, Saudi Arabia. *Cureus*, 11(10), 1-7. [Persian] URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31815072/>
- Almasri, R. A., Alomawi, M. A., Alotaibi, M. F., Al Ghamdi, S. J., Alahmadi, M. A., Alhabshan, H. A., & Alosaimi, M. S. (2020). Number of cosmetic procedures among women in Saudi community. *International Journal of Medicine in Developing Countries*, 3(11), 920-925. [Persian] DOI: [10.24911/IJMDC.51-1566658969](https://doi.org/10.24911/IJMDC.51-1566658969)
- Arabnarmi, B., & Ramezanzade, H. (201). The ideal body image and perceived body image in different age groups of women: the role of body image flexibility. *Sport Psychology Studies*, 10(35), 117-142. [Persian] URL: [10.22089/spsyj.2020.8355.1910](https://doi.org/10.22089/spsyj.2020.8355.1910).
- Bonell, S., Barlow, F. K., & Griffiths, S. (2021). The cosmetic surgery paradox: Toward a contemporary understanding of cosmetic surgery popularisation and attitudes. *Body Image*, 38, 230-240. DOI: [10.1016/j.bodyim.2021.04.010](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.04.010).
- Douglas, M. (1921-2007). In D. Southerton (Ed.) *Encyclopedia of consumer culture*, 3, 478-478. SAGE Publications, Inc. URL: <https://sk.sagepub.com/ency/edvol/consumerculture/chpt/douglas-mary-1921-2007>.
- Ebadi, M. (2024). *Freethinking in Gender Stereotypes*. ISNA Student News Agency. [Persian] URL: isna.ir/xdJrF
- Etemadifard, S. M., & Amani, M. (2013). A sociological study of women's motivation for seeking cosmetic surgery. *Journal of Women's Research*, 4(2), 1-22. [Persian] URL: https://womenstudy.ihcs.ac.ir/article_1069.html?lang=fa
- Ganji, M., Amirmazaheri, A. M., & labibi, M. (2019). The social genealogy and manipulation of body among Iranian women. *Journal of Woman and Family Studies*, 7(1), 205-245. [Persian] URL: [10.22051/jwfs.2019.13890.1358](https://doi.org/10.22051/jwfs.2019.13890.1358).
- Ghasemi, A. (2017). A qualitative study of women's attitudes and perceptions towards their body. *journal of applied sociology*, 28(4), 173-194. [Persian] DOI: [10.22108/jas.2017.75214.0](https://doi.org/10.22108/jas.2017.75214.0).
- Goffman, I. (1959). *Manifestation in Everyday Life*. Translated by Masoud Kianpour. (2012). Tehran: Markaz Publishing. URL: <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/2895730>. [Persian]
- Gupta, R., Huynh, M., Iona, H., & Ginsburg, M. D. (2013). Body Dysmorphic Disorder. *Frontline Medical Communications*, 32, 78-82. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24049964/>
- Haidt, J. (2007). The new synthesis in moral psychology. *science*, 316(5827), 998-1002. DOI:



10.1126/science.1137651.

- Hosseini, S.N., Asadi, M., & Hejazi, M. (2019). Reasons for women and girls' inclination towards facial cosmetic surgery in Zanjan: A phenomenological study. *Iranian Journal of Surgery*, 28(1 and 2), 41-55. [Persian] URL: https://www.ijis.ir/library/upload/article/af_64532245%20Facial%20Cosmetic%20Surgery%20-%20Dr.%20Asadi%20%202120.pdf.
- Jelvan, M., & Zamani, A. (2023). Female Users' Experiences of Identification with Cosmetic Surgery in Instagram Content. *Media Studies*, 18(1), 101-113. [Persian] URL: <https://civilica.com/doc/1965173/>
- Kee, C. H. (2017). *Malaysian Generation Y's Acceptance Level towards Cosmetic Surgery* (Doctoral dissertation, UTAR). URL: http://eprints.utar.edu.my/2629/1/Research_Project_Report_Finalise_KCH.pdf
- Khabbabsabet, S., Poladirishehri, A., & Keykhosrovani, M., et al. (2022). Structural model of the relationship between tendency to cosmetic surgery with early maladaptive schemas and tendency to fashion mediated by cognitive emotion regulation in women applying for cosmetic surgery in bushehr. *Social Cognition*, 11(21), 147-160. [Persian] DOI: [10.30473/sc.2022.60813.2715](https://doi.org/10.30473/sc.2022.60813.2715)
- Masterifarahani, M. (2023). *Investigating the relationship between positive and negative perfectionism and solving cognitive problems*. 15th National Conference on Management and Humanities Research in Iran, Tehran. [Persian] URL: <https://civilica.com/doc/1815678/>
- Mokhtari, M., & Enayat, H. (2011). Role of gender attitudes in formation of women's body image (a case study of women under cosmetic surgery in shiraz). *Woman in Development & Politics*, 9(3), 67-87. [Persian] URL: https://jwdp.ut.ac.ir/article_23650.html?lang=fa
- Morait, S. A., Abuhaimeed, M. A., Alharbi, M. S., Almohsen, B. E., Alturki, A. T., & Alarbash, A. A. (2019). Attitudes and acceptance of the Saudi population toward cosmetic surgeries in Riyadh, Saudi Arabia. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 8(5), 1685-1690. DOI: [10.7759/cureus.45292](https://doi.org/10.7759/cureus.45292)
- Nilforooshan, P., Navidian, A., & Shamohammadi, M. (2015). Early maladaptive schemas and psychological health among Womens seeking cosmetic surgery. *Iranian Journal of Psychiatric Nursing*, 3(1), 12-23. [Persian] URL: <http://ijpn.ir/article-1-508-fa.html>
- Piraheri, N., & Bidaran, S. (2018). Social factors affecting on women's tendency to cosmetic surgery. *Quarterly Journal of Woman and Society*, 8(32), 229-246. [Persian] URL: https://jzvj.marvdasht.iau.ir/article_2751.html?lang=en
- Popenoe, R. (2012). *Feeding desire: Fatness, beauty and sexuality among a Saharan people*. Routledge. URL: [ISBN 9780415280969](https://doi.org/10.1080/9780415280969)
- Ritzer, G. (1995). *Theories of Sociology in Contemporary Times*. Translation by Mohsen Solati. (2001). Azad, Tehran. [Persian] URL: <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/3437085>
- Salehahmadi, Z., & Rafie, S. R. (2012). Factors Affecting Patients Undergoing Cosmetic Surgery in Bushehr, Southern Iran. *World Journal of Plastic Surgery*, 1(2), 99-106. [Persian] URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4345428/>
- Samimi, R. (2016). Women's beauty and the sociology of stigma (social stigma), anthropology



- and culture. [Persian] URL: <https://anthropologyandculture.com>
- Tafariama, I.M. (2016). Historical sociology of beauty practices: Internalized racism, skin bleaching and hair straightening. *Ideaz*, 14(3), 101-118. ISSN 0799-1401
- Taheri, S.A. (2021). *Study of body deformity disorder in adults applying for orthodontic treatment*. Master's thesis, Qazvin University of Medical Sciences and Health Services. [Persian] URL: <https://civilica.com/doc/1783277/>
- Talebidalir, M. (2024). Meta-analysis of psychological and social factors affecting the tendency to cosmetic surgery in Iran. *The Women and Families Cultural-Educational*, 18(63), 49-82. [Persian] URL: https://cwfs.ihu.ac.ir/article_207851.html?lang=en
- Tolentino, J. (2019). *The Age of Instagram Face*. The New Yorker, 1-7. URL: <https://courses.cs.washington.edu/courses/cse481p/24wi/readings/W3S2/the-age-of-instagram-face-JiaTolentino.pdf>
- Warneken, F., & Tomasello, M. (2006). Altruistic helping in human infants and young chimpanzees. *Science*, 311(5765), 1301-1303. URL: [pmid:16513986](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16513986/)
- Waters, H. A. (2014). *Renegotiating female beauty and body ideals in contemporary Mongolia; The embodiment of Nation, tradition and modernity*. Unpublished Master's Thesis. URL: [Freie Universität Berlin Institute für Ethnologie](https://www.freie-universitaet-berlin.de/institute/fuer-ethnologie/)
- Young, J. (2005). *Cognitive therapy for personality disorders: a schema-based approach*. Translated by Ali Sahebi and Hassan Hamidpour. (2013). Tehran, Arjomand. [Persian] URL: https://journals.mums.ac.ir/article_20612.html