Sociological Cultural Studies, Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS)
Quarterly Journal, Vol. 17, No. 2, Summer 2026, 583-625
https://www.doi.org/10.30465/scs.2024.49643.2893

A Sociological Analysis of Body Dissatisfaction in the Context of Contemporary Iranian Culture (Case Study: Women of Mashhad)

Reyhaneh Najjaran*
Toktam Namayandeh Joorabchi**

Abstract

Culture plays a fundamental role in shaping individuals' values and beliefs. So that any cultural shift can alter societal norms and values, dictate desirable behaviors and values, and guide individuals toward behaviors and habits that are culturally endorsed and admired. Currently, a focus on body image and having an ideal physique has become a central value in society, particularly for women. This has led some women to feel dissatisfied with their bodies and strive to conform their appearance to cultural standards and ideals. Therefore, the present study, employing a qualitative approach based on grounded theory and utilizing semi-structured interviews with 15 women in Mashhad who have undergone body cosmetic surgery, explores and identifies the cultural factors influencing this process. The findings of this research indicate that the normalization of the ideal body, objectification, cultural transformation of women from the 1950s and 1960s, idealism culture, changes in body perception, environmental influence, and workplace culture are among the causal factors contributing to body dissatisfaction. Women who are dissatisfied with their bodies often resort to cosmetic surgery. The result of this strategy is a failure to achieve the ideal body.

Keywords: Cosmetic surgery, culture, body dissatisfaction, grounded theory, women.

* Bachelor student in Ferdowsi University of Mashhad (FUM), Iran (Corresponding Author), reyhanehnajjaran@gmail.com
** Post-Doctoral, Faculty of Education, The National University of Malaysia (UKM), Malaysia, T.Namayande@gmail.com

Date received: 04/08/2024, Date of acceptance: 29/12/2025

Introduction

In today's society, an individual's appearance plays a key role in representing their social identity, gaining significance beyond personal identity (Keivan Ara et al., 2010). In this context, cosmetic surgery has become a popular method for managing and enhancing the body (Kohi & Alizadeh, 2013). From a sociological perspective on the body, these surgeries are performed with the aim of achieving desirable social and aesthetic outcomes (Rastgar Khalid & Kaveh, 2013). Iran is among the leading countries in cosmetic surgery, ranking high globally in terms of the number of surgeries performed relative to its population (Khoddadi-Sangdeh et al., 2020; Mousavizadeh et al., 2009). This trend highlights the body's transformation into a social asset, shaped and managed by the values and cultural norms of society (Etemadifard & Amani, 2013). Social pressures, beauty standards, and cultural expectations, especially among women, drive them to strive for conformity with beauty ideals (Morgan, 2010). These pressures can lead to body obsession, strict dieting, or ultimately to cosmetic surgery (Etemadifard & Amani, 2013). Studying this phenomenon can shed light on thought patterns, cultural shifts, and the emergence of new norms in society. This study, with a qualitative approach, investigates the cultural factors influencing the tendency toward cosmetic surgery from the perspective of individuals whundergo it.

Materials & Methods

This research employs a qualitative approach using grounded theory to study women who have undergone cosmetic surgery. Grounded theory, by providing a precise framework, facilitates data collection and analysis, with the goal of offering a comprehensive description of the phenomenon under investigation (Corbin & Strauss, 2014). The sample size was determined progressively until theoretical saturation was reached. Initially, 15 women were selected for in-depth, semi-structured interviews through visits to beauty clinics, followed by snowball sampling. Consent was obtained for audio recording and the use of results under pseudonyms. The participants, aged between 22 and 45 years, included 4 single women, 11 married women, 6 housewives, and 9 working women. The surgeries performed included abdominoplasty, bypass surgery, liposuction, breast augmentation, and reduction. The interview questions, based on theoretical and empirical background, focused on body dissatisfaction, social-cultural factors, the role of media, and the overall experience of cosmetic surgery.

Discussion & Result

This research analyzes the various factors contributing to body dissatisfaction and the tendency towards cosmetic surgery. Initially, early and secondary family experiences, such as lack of affection, criticism, and familial tensions, create emotional voids, which in adulthood lead to efforts to gain attention through physical appearance changes. Additionally, the prevailing societal culture around exercise, which is often viewed primarily as a tool for weight loss and beauty, results in disillusionment as individuals fail to achieve quick results. Widespread advertising of unhealthy foods, cultural shifts in dietary habits, and changes in fashion also contribute to increased sensitivity to physical appearance and body dissatisfaction. Furthermore, media and advertising promote thin bodies as the ideal standard of beauty, reinforcing these norms within society. The objectification of the body as a symbol of social status and the cultural pressure to conform to beauty ideals drive individuals toward physical alterations. Shifts in societal attitudes, particularly among women of newer generations, also amplify this phenomenon. At the level of intervention, various factors such as the commercial mindset of cosmetic surgeons, the influence of peer groups, and the impact of media on individuals' perceptions of their bodies play a significant role. These pressures drive individuals to make physical changes in order to align with social standards.

The consequences of this process include frustration with maintaining the results of cosmetic surgery due to unhealthy eating habits, neglect of proper exercise routines, and continuous societal pressures, leading individuals to return to their previous physical states.

Conclusion

The complex interaction of social, cultural, and personal factors plays a major role in increasing body dissatisfaction and the growing tendency towards cosmetic surgery. Early familial experiences, including emotional neglect or familial pressures, create a foundation for seeking validation through appearance changes in adulthood. Social attitudes toward exercise and nutrition, which are often influenced by unrealistic beauty standards and commercial interests, intensify this dissatisfaction. Media representations and the objectification of the body further reinforce beauty ideals, pressuring individuals to conform to these standards in order to gain social acceptance and improve their status.

Additionally, the influence of peer groups, the marketing tactics of cosmetic surgeons, and the widespread consumption of media that showcase specific body types further heighten dissatisfaction and prompt individuals to undergo physical changes. Cultural shifts in attitudes, particularly among younger generations, have also heightened sensitivity toward body appearance and related concerns. Besides in Islam, there is an emphasis on beauty for spouses, which can lead individuals to strive for physical attractiveness and create dissatisfaction if they feel their bodies do not meet these standards.

However, the pursuit of these beauty ideals often leads to a cycle of temporary satisfaction followed by frustration, as individuals are unable to maintain results due to unhealthy eating habits or social pressures that make them compare themselves to external standards.

Bibliography

Abraqouei Fallahzadeh, Hossein; Keyghobadi, Naeimeh; Azadi, Nahid; Shakeri, Maryam; and Alizadeh, Razieh. (2020). "The Relationship Between Obesity, Physical Activity, Eating Behavior, and Watching Television in 12–14-Year-Old Students in Yazd City." *Toloo-e Behdasht, 19(4)*, 76-89. doi:10.18502/tbj.v19i4.4522 [in Persian]

Adhami, Abdolreza; and Emami, Mona. (2021). "The Relationship Between Fear of Spousal Infidelity and Body Management Among Married Women in Tehran." *Social Sciences, 15(3)*, 21-23. [in Persian]

Afshar Kohan, Javad; and Zamani, Zahra. (2019). "The Medicalization of Beauty and Identity Styles." *Cultural-Communication Studies, 20(48)*, 167-204. [in Persian]

Babaeifard, Asadollah; Mansourian Ravandi, Fatemeh; and Zolfaghari, Nafiseh. (2016). "Socio-Cultural Factors Influencing Body Management Among Women in Kashan City." *Women's Strategic Studies, 18(71)*, 59-83. doi:10.22095/jwss.2016.33829 [in Persian]

Bagheri, Masoumeh; Kiani, Sara; and Hezbavi, Aziz. (2022). "A Sociological Study of Factors Influencing the Tendency Toward Cosmetic Surgery (Case Study: Women Aged 18–60 in Ahvaz)." *Sociological Studies, 29(1)*, 391-428. [in Persian]

Baran, Stanley J.; and Davis, Dennis K. (2017). *Mass Communication Theory*. Translated by Takhtam Namayandeh Joorabchi. Vol. 2. Mashhad: Marandiz Publications. [in Persian]

Baratloo, Fatemeh; and Khodi, Marjan. (2016). "The Influence of Cultural and Social Factors on Women's Attitudes Toward Their Bodies in Tehran." *Cultural Sociology Research, Institute for Humanities and Cultural Studies, 7(1)*, 23-50. [in Persian]

Baseri, Ali; Farzaneh, Sima; and Mousavi Maleki, Ali. (2022). "Anthropological Study of Body Management Among Women With a Focus on Bariatric Surgery in District 2 of Tehran." *Iranian Anthropology Research, 12(2)*, 141-162. [in Persian]

Boland, Hasan; Entazari, Marjan; and Saadat, Sajjad. (2017). "The Relationship Between Perceived Family Social Support, Psychological Resilience, and Academic Self-Efficacy in Students." *Educational Strategies in Medical Sciences, 10(2)*, 115-122. [in Persian]

Clear, James. (2019). *Atomic Habits*. Translated by Zahra Sadeghi. Vol. 80. Milkan Publishing. [in Persian]

Corbin, Juliet and Strauss, Anselm. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*: Sage publications.

Coser, Alfred Lewis. (2013). *Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context*. Translated by Mohsen Salasi. Tehran: Elmi Publications. [in Persian]

Di Gesto, Cristian ؛Nerini, Amanda ؛Policardo, Giulia Rosa and Matera, Camilla. (2022). Predictors of acceptance of cosmetic surgery: Instagram images-based activities, appearance comparison and body dissatisfaction among women. *Aesthetic Plastic Surgery*, 1-11 .

Etemadifard, Seyyed Mehdi; and Amani, Maliheh. (2013). "A Sociological Study of Women's Motivations for Undergoing Cosmetic Surgery." *Women's Research Journal, 4*, 1-22. [in Persian]

Fardouly, Jasmine و Vartanian, Lenny R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current opinion in psychology, 9, 1-5.

Ghasemfam, Masoumeh; and Erfan, Amir Mohsen. (2023). "Typology of Western Cultural Interaction With Dietary Styles in Contemporary Iran." *Scientific Journal of Islamic Revolution Studies, 20(72)*, 113-136. Retrieved from http://enghelab.maaref.ac.ir/article-1-2148-fa.html. [in Persian]

Ghasemi, Afsaneh. (2017). "A Qualitative Study on Women's Attitudes and Perceptions of the Body With a Focus on Cosmetic Surgery." *Applied Sociology, 28(4)*, 173-194. [in Persian]

Ghazanfari, Mehdi; Shams, Amir; and Jannesar Ahmadi, Hoda. (2023). "The Relationship Between Organizational Culture and Customer Relationship Management With the Mediating Role of Employees' Quality of Work Life." [in Persian]

Giddens, Anthony. (2020). *Sociology.* Translated by Hasan Chavoshian. Vol. 18. Tehran: Ney Publications. [in Persian]

Golabi, Fatemeh; Aghayari-Hir, Tavakkol; and Saei, Marzieh. (2016). "The Role of Media in Nutritional Behaviors and Its Social Context: A Study of Citizens Over 15 Years Old in Tabriz." *Applied Sociology, 27(1)*, 27-42. doi:10.22108/jas.2016.20479. [in Persian]

Guisewite, Cathy. (2019). *Fifty Things That Aren't My Fault*. Translated by Sonia Singh. Vol. 4. Tehran: Majid Publications. [in Persian]

Hasanian, Ghazaleh; Bani-Hashemi, Seyyed Mohsen; and Sobhani, Abdolreza. (2022). "Analysis of the Representation of Food in Nutrition Programs on Iranian Domestic Television." *Quarterly Journal of Culture and Communication Studies, 23(60)*, 149-190. [in Persian]

Hsu, Gerald C. (2023). Quantitative Evidence of Benefit on Longevity from the Traditional Medicine Practice of Lifestyle Management Using Collected Data from Y2014 to Y2022 While Applying the Space-Domain Energy Model of Viscoplastic Medicine Theory Based On Gh-

Method: Math-Physical Medicine. *Journal of Traditional Medicine and Chinese Medicine,* 1(1), 1-6.

Hunt, Peter. (2012). *Theoretical and Critical Perspectives in Children's Literature*. Translated by Alireza Kermani and Alireza Ebrahim Abadi. Tehran: Aron Publications. [in Persian]

ISAPS, International Society of Aesthetic Plastic Surgery. (2020). ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures. Retrieved from https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/reports-and-press-releases/global-survey-2022-full-report-and-press-releases/

Jamal, Fatima Salah and Mohammed, Awfa Hussien. (2023). Revisiting Cinderella: Breaking the Stereotypical Beauty Standards. *Migration Letters, 20*(S5), 1069-1086 .

Kalantar Hormozi, Abdoljalil ؛Maleki, Simin ؛Rahimi, Abolfazl ؛Manafi, Ali و Amirizad, Seyed Javad. (2018). Cosmetic surgery in Iran: sociodemographic characteristics of cosmetic surgery patients in a large clinical sample in Tehran. *The American journal of cosmetic surgery, 35*(4), 177-182 .

Kazemi-Rezaei, Seyyed Ali; Hatamian, Peyman; Vatan-Khah Amjad, Farzaneh; and Pahlavan-Yousefkhani, Mahsa. (2022). "The Relationship Between Emotional Dysregulation, Repetitive Negative Thoughts, and Body Image Concerns Mediated by Family Support in Women Seeking Cosmetic Surgery ." *Journal of Mental Health Nursing, 10(1)*, 18-27. [in Persian]

Keyvan-Ara, Mahmoud; Ghorbani, Rasoul; and Zhiyanpour, Mehdi. (2010). "Social Stratification and Body Modification: Cosmetic Surgery as a Symbol of Social Status." *Strategic Studies on Women, 12(47)*, 73-98. [in Persian]

Khodadadi Sangdeh, Javad; Ranji, Solmaz; and Rezaei Ahvanoi, Mohsen. (2020). "Motivations for Undergoing Cosmetic Surgery in Married Women: A Qualitative Study." *Skin and Beauty, 11(1)*, 14-27. [in Persian]

Kim, Taeyon. (2003). Neo-Confucian body techniques: Women's bodies in Korea's consumer society. *Body & Society, 9*(2), 97-113 .

Kouhi, Kamal; and Alizadeh, Mahasti. (2013). "Modeling the Causes of Women's Tendency Toward Cosmetic Surgery Using Lisrel Software (A Study in Medical Sociology)." *Scientific Research Journal of Ilam University of Medical Sciences, 21(6)*, 87-95. [in Persian]

Lak, Azadeh. (2014). "The Application of Grounded Theory in Urban Design Research." *Soffeh, 24(1)*, 43-60. [in Persian]

Mafakheri, Abdollah; Ashrafifard, Somayeh; and Khorrami, Mohammad. (2021). "Structural Model of the Relationship Between Body Image Concerns, Obsessive Beliefs, and Body Management in Individuals Seeking Cosmetic Surgery." *Health Psychology, 10(38)*, 121-140. [in Persian]

Matera ,Camilla ؛Nerini, Amanda and Stefanile, Cristina. (2013). The role of peer influence on girls' body dissatisfaction and dieting. *European Review of Applied Psychology, 63*(2), 67-74 .

Mehrabian, Fardin; Omidi, Saeed; Mahdavi Roshan, Marjan; and Mirzaei, Masoumeh. (2015). "The Correlation Between Nutritional Behavior and Overweight and Obesity in Elementary School Girls in Anzali." *Journal of Health and Hygiene, 9(3)*, 291-301. [in Persian]

Mohammadi, Zakieh. (2021). "The Role of Parents in Raising and Educating Children." *Ormazd Research Journal, 57(B)*. [in Persian]

Mohammadpanah Ardakan, Ozra; Yaghubi, Hasan; and Yousefi, Rahim. (2013). "Predictors of Seeking Cosmetic Surgery." *Journal of Fundamentals of Mental Health, 15(60)*, 243-253. doi:10.22038/jfmh.2013.2018. [in Persian]

Morgan, Ashley. (2010). Evaluating Risk and Pain in Elective Cosmetic Surgery. In *Illness, Bodies and Contexts: Interdisciplinary Perspectives* (pp. 217-225): Brill.

Mousavizadeh, Seyyed Mehdi; Niazi, Feyzollah; Kalantar Hormozi, Abdoljalil; Fadaei Nayini, Alireza; and Nasri Lari, Mahdi. (2009). "Evaluation of Trends and Motivations of Female Patients in Cosmetic Surgeries." *Research Journal of Shahid Beheshti University of Medical Sciences, 14(6)*, 318-323. [in Persian]

Navidnia, Manijeh; and Shamloo, Ebrahim. (2018). "Social Factors Influencing Domestic Violence With an Emphasis on Patriarchal Systems in Families." *Women in Development and Politics, 16(1)*, 131-147. doi:10.22059/jwdp.2018.238552.1007244. [in Persian]

Park, Bock Soon and Kim, Joo Hyun. (2015). Structural Equation Modeling Intention of Revision Facial Cosmetic Surgery in Female College Students. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, 16*(12), 8707-8718 .

Park, Lora E ؛Calogero, Rachel M ؛Harwin, Melissa J and DiRaddo, Ann Marie. (2009). Predicting interest in cosmetic surgery: Interactive effects of appearance-based rejection sensitivity and negative appearance comments. *Body Image, 6*(3), 186-193 .

Park, Sung-Yeon and Park, SangHee. (2017). Professionalism and commercialism on cosmetic surgeons' websites. *Health Communication, 32*(7), 872-879 .

Rastegar Khaled, Amir; and Kaveh, Mahdi. (2013). "Women and the Beauty Project (A Study of Subjective Meanings of Cosmetic Surgery)." *Women in Development and Politics, 11(4)*, 453-478. [in Persian]

Rezaei, Elham. (2013). "This Is Iran, With a Blend of Clothing Styles From Around the World." *Payam-e-Zan, 1392(263)*. [in Persian]

Salmani, Fatemeh; Kiani, Mohammad Reza; Akbari-Boorang, Mohammad; and Talebi-Zadeh Shoushtari, Leila. (2023). "The Role of Students' Body Image at Birjand University in Using Instagram." *Human-Information Interaction, 10(2)*, 58-74. Retrieved from http://hii.khu.ac.ir/article-1-3123-fa.html. [in Persian]

Sasanfar, Tayebeh ؛Maasoumi, Raziyeh ؛Ataei, Mina ؛Haghani, Shima and Nekoolaltak, Maryam. (2024). Comparative Investigation of Genital Self-image and Sexual Function in Women with and Without a History of Female Genital Cosmetic Procedures: A Cross-sectional Study. *International Journal of Community Based Nursing and Midwifery, 12*(2), 121 .

Shafiei, Somayeh Sadat; and Hosseini-Far, Seyyedeh Zahra. (2024). "Women in Post-Revolutionary Society: A Semiotic Analysis of Women's Day Commemoration Images in the 1980s in Iran." *Cultural and Artistic Sociology*. doi:10.22034/scart.2023.139087.1310 [in Persian]

Sosnovskikh, Sergey and Cronin, Bruce. (2021). The effects of culture, attitudes and perceptions on industrial cluster policy: The case of Russia. *Competition & Change, 25*(3-4), 350-381 .

Talebi Delir, Masoumeh. (2023). "A Meta-Analysis of Psychological and Social Factors Influencing the Tendency Toward Cosmetic Surgery in Iran." *Cultural-Educational Quarterly on Women and Family, 18(63)*, 49-82. Retrieved from https://cwfs.ihu.ac.ir/article_207851_7a231a653d733b92117f7e813b5c43a9.pdf. [in Persian]

Tasnim News Agency. (2015). "Does Smoking Make You Gain Weight?" Retrieved from https://tn.ai/674211. [in Persian]

Vazifeshenas, Fatemeh; Rahmati, Mohammad Mahdi; and Hallajzadeh, Hoda. (2020). "Constructing Female Body Beauty (Case Study: Women in Rasht)." *Women in Development and Politics, 18(2)*, 173-193. [in Persian]

Wu, Yi ؛Alleva, Jessica M and Mulkens, Sandra. (2020). Factor analysis and psychometric properties of the Chinese translation of the acceptance of cosmetic surgery scale. *Body Image, 33*, 244-256 .

Wu, Yi ؛Mulkens, Sandra and Alleva, Jessica M. (2022). Body image and acceptance of cosmetic surgery in China and the Netherlands: A qualitative study on cultural differences and similarities. *Body Image, 40*, 30-49 .

Wu, Yi ؛Mulkens, Sandra ؛Atkinson, Melissa J and Alleva, Jessica M. (2024). A Brief Online Cognitive Dissonance-Based Intervention to Reduce Consideration of Cosmetic Surgery and Improve Body Image Among Chinese Women. *Psychology of Women Quarterly, 48*(1), 80-92 .

جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
فصل‌نامهٔ علمی (مقالهٔ پژوهشی)، سال ۱۷، شمارهٔ ۲، تابستان ۱۴۰۵

تحلیل جامعه‌شناختی نارضایتی از بدن در بستر فرهنگ معاصر ایران (مورد مطالعه: زنان مشهد)

ریحانه نجاران*

تکتم نماینده جورابچی**

چکیده

فرهنگ نقشی اساسی در شکل‌گیری ارزش‌ها و باورهای افراد دارد. به طوری که هرگونه تغییر فرهنگی می‌تواند معیارهای ارزشی و هنجاری جامعه را دگرگون سازد، رفتارها و ارزش‌های مطلوب را تعیین کند و افراد را به سوی رفتارها و عاداتی سوق دهد که مورد تأیید و تحسین فرهنگی هستند. درحال‌حاضر، توجه به بدن و داشتن اندامی ایده‌آل به یکی از ارزش‌های محوری در جامعه، به‌ویژه برای زنان، تبدیل شده است و باعث شده تا برخی از زنان نسبت به بدن خود احساس نارضایتی داشته باشند و بخواهند تا بدن خود را با معیارها و استانداردهای فرهنگی منطبق سازند. به همین دلیل، مطالعه حاضر، با رویکرد کیفی مبتنی بر نظریه زمینه‌ای و با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ زن در مشهد که جراحی‌های زیبایی بدن را انجام داده‌اند، به بررسی و شناخت عوامل فرهنگی مؤثر در این فرایند پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که عادی‌سازی بدن ایده‌آل، شی‌انگاری، تحول فرهنگی زنان دهه ۵۰و۶۰، فرهنگ ایده‌آل‌گرایی، تغییر نگرش نسبت به بدن، تأثیر محیط و فرهنگ کار از جمله عوامل علّی در بروز نارضایتی از بدن هستند. زنانی که از بدن خود ناراضی‌اند، اغلب به جراحی زیبایی روی می‌آورند. نتیجه این راهبرد ناکامی در دستیابی به بدن ایده‌آل است.

کلیدواژه‌ها: جراحی زیبایی، فرهنگ، نارضایتی از بدن، نظریهٔ زمینه‌ای، زنان.

* دانشجوی کارشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد (FUM)، مشهد، ایران (نویسندهٔ مسئول)، reyhanehnajjaran@gmail.com

** پژوهش‌گر پسادکتری، دانشکدهٔ آموزش، دانشگاه ملی مالزی (UKM)، مالزی، T.Namayande@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۰۸

۱. مقدمه و بیان مسئله

در جامعهٔ مدرن امروزی، ظاهر افراد از اهمیت به سزایی برخوردار است و بیش از آنکه نشان‌دهندهٔ هویت شخصی افراد باشد، بیانگر هویت اجتماعی است (کیوان‌آرا و همکاران، ۱۳۸۹). از همین رو بشر همواره درپی ابداع روش‌هایی برای مدیریت، زیباسازی و خوب جلوه دادن بدن خود است. در همین راستا جراحی زیبایی ۰ یکی از روش‌های محبوب و پرطرفدار امروزی در جهت مدیریت بدن می‌باشد (کوهی و علیزاده، ۱۳۹۲). از منظر جامعه شناسی بدن، جراحی زیبایی شامل بازسازی واقعی بدن به منظور تولید تأثیرات اجتماعی و زیبایی شناختی مطلوب است (رستگارخالد و کاوه، ۱۳۹۲). با توجه به نتایج بررسی سالانه جهانی انجمن بین‌المللی جراحی پلاستیک زیبایی (ISAPS) در مورد روش‌های زیبایی در کنگره جهانی ISAPS Olympiad اتن ۲۰۲۳ ، جراحی‌های زیبایی در چهار سال گذشته رشد ۴۱.۳ درصدی داشته‌اند. پنج جراحی برتر نیز لیپوساکشن، بزرگ کردن سینه، جراحی پلک، ابدومینوپلاستی و لیفت سینه، شناسایی شدند (ISAPS, 2020) .

ایران یکی از کشورهای با رتبه بالا در انجام اعمال جراحی زیبایی است. از آنجایی که قسمت قابل توجهی از بیماران در مطب‌ها و درمانگاه‌ها تحت عمل جراحی قرار می‌گیرند، آمار دقیق و به‌روزی از این عمل‌ها در دست نیست. لیکن طبق گزارش‌ها، ایران از نظر نسبت اعمال زیبایی انجام شده به کل جمعیت در رتبه‌های اول جهان قرار دارد (خدادادی‌سنگده و همکاران، ۱۳۹۹؛ موسوی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

بنابراین آمار بالای جراحی‌های زیبایی در کشور، بیانگر این است که بدن به یک سرمایه فیزیکی و اجتماعی تبدیل شده که با توجه به ارزش‌ها و هنجارها و به طور کلی فرهنگ جامعه، در زمان‌های مختلف مدیریت می‌شود و تغییر شکل می‌دهد (اعتمادی‌فرد و امانی، ۱۳۹۲؛ باقری و همکاران، ۱۴۰۱؛ مفاخری و همکاران، ۱۴۰۰؛ وظیفه‌شناس و همکاران، ۱۳۹۹). تأکید بیشتر این ارزش‌ها و هنجارها بر زنان و زیبایی جسمانی آنهاست. به همین علت در بیشتر جوامع این زنان هستند که نسبت به وضعیت زیبایی خود و ویژگی های ظاهری‌شان حساسیت و توجه بیشتری دارند (قاسمی، ۱۳۹۶؛ کلانترهرمزی و همکاران ، ۲۰۱۸؛ وو و همکاران، ۲۰۲۴؛ وو و همکاران، ۲۰۲۰).

در این زمینه، هنجارهای اجتماعی- فرهنگی به همراه فشارهای ناشی از محیط اجتماعی، خانواده، دوستان و استانداردهای زیبایی پذیرفته‌شده در جامعه، زنان را به سمت تطابق با معیارهای لاغری و فرم ایده‌آل بدن سوق می‌دهند (مورگان، ۲۰۱۰؛ باقری و

همکاران، ۱۴۰۱؛ وظیفه‌شناس و همکاران، ۱۳۹۹). این فشارها، همراه با توجه ویژه زنان به ظاهر و زیبایی، آن‌ها را به اتخاذ روش‌هایی نظیر انجام ورزش‌های شدید یا پیروی از رژیم‌های سختگیرانه و محدودکننده غذایی سوق می‌دهد. این مسئله می‌تواند به حدی اهمیت پیدا کند که برخی از زنان به وسواس در تغییر اندام خود دچار شده و محدودیت‌های افراطی در رژیم غذایی، کاهش چشمگیر وزن و ترس از افزایش وزن و چاقی را تحمل کنند. در شرایطی که این اقدامات به نتایج مطلوب یا مورد انتظار منجر نشود، جراحی زیبایی به‌عنوان راهکار نهایی و بهترین گزینه جهت دستیابی به ظاهر ایده‌آل مورد توجه قرار می‌گیرد (اعتمادی‌فرد و امانی، ۱۳۹۲).

لذا با توجه به نکات فوق، مطالعه رفتارهای مبتنی بر اعمال جراحی زیبایی بدن از اهمیت زیادی برخوردار است. زیرا رفتارهای مدیریتی بدن در این حوزه نشانگر شیوه تفکر فرد، سبک‌زندگی، اعتقادات، باورها، تغییرات فرهنگی و جایگزینی ارزش‌ها و هنجارهای نو در جامعه است (کوهی و علیزاده، ۱۳۹۲). این مطالعه نیز در نظر دارد با رویکرد کیفی به بررسی عوامل مؤثر فرهنگی بر این پدیده از نظر فردی که جراحی زیبایی انجام داده است، بپردازد.

۱.۱ پیشینهٔ تجربی

در حوزه مطالعات فرهنگی، پژوهش‌های متعدد نشان داده‌اند که نگرش افراد به بدن، ظاهر خود و در نهایت تمایل آن‌ها به جراحی زیبایی تحت تأثیر کدهای فرهنگی جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنند (ادهمی و امامی، ۱۴۰۰). برخی از زنان ابتدا به منظور مدیریت بدن و رضایت از آن به رژیم‌های غذایی و ورزش روی می‌آورند (براتلو و خودی، ۱۳۹۵)، اما به دلایل مختلف در نهایت به جراحی زیبایی گرایش پیدا می‌کنند. از جمله عوامل فرهنگی مؤثر بر نارضایتی از بدن و تمایل به جراحی زیبایی می‌توان به تصویر بدن، پذیرش اجتماعی بدن، میزان دینداری، فشارهای اجتماعی، اعتماد به نفس و مصرف رسانه‌ای — فرهنگی اشاره کرد (وو و همکاران، ۲۰۲۲؛ باقری و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین، تمایل به جراحی زیبایی می‌تواند از عوامل فردی مانند بدریخت‌انگاری، تصویر منفی از خود، عوامل خانوادگی ـ زناشویی مانند احساس تکراری‌شدن برای همسر و تحقیر از سوی همسر و خانواده، و عوامل اجتماعی ـ فرهنگی مانند نقش همسالان و دوستان و مدل‌های رسانه‌ای تأثیر بپذیرد (خدادادی‌سنگده و همکاران ، ۱۳۹۹).

در تقسیم‌بندی دیگر، انگیزه زنان از انجام عمل‌های زیبایی به انگیزه‌های شخصی (انگیزه‌های معطوف به خود) در سطح خرد و انگیزه‌های فراشخصی (انگیزه‌های معطوف به دیگران، شرایطی که افراد در آن قرار می‌گیرند) در سطح کلان، طبقه‌بندی می‌شوند. در سطح خرد، خانواده و شرایط خانوادگی و در سطح کلان، شرایط اجتماعی به منزله منشاء ایجاد انگیزه برای انجام جراحی زیبایی موثر واقع شده‌اند که بر حسب موقعیت متفاوت‌اند (اعتمادی‌فرد و امانی، ۱۳۹۲).

از طرفی یکی از عوامل مهم تأثیرگذار در گرایش افراد به جراحی زیبایی و نارضایتی از بدن، رواج فرهنگ ظاهرگرایی و الگوهای رفتاری شکل گرفته بر پایهٔ ظاهر، عادی‌شدن و متدوال‌سازی زیبایی بدن می‌باشد. فرهنگ ظاهرگرایی در زنان به منظور رسیدن به اندام مناسب به منزلهٔ داشتن احساس رضایت شخصی و اعتماد به نفس می‌باشد. در این فضا، استانداردهای فرهنگ زیبایی معیارهای خاصی از زیبایی را برای فرد ترسیم می‌کند که فرد در طول زندگی‌اش به دنبال رسیدن به آن است. بدین ترتیب، نوعی ارزیابی هویتی ظاهرگرایانه از فرد پدید می آورد. آنها درمی‌یابند که تجربهٔ ناشی از تفاوت جسمانی، شاخص مهم هویت است. به این صورت بدن به‌وسیله‌ای برای عرضهٔ هویت و جراحی زیبایی به عنوان روشی پذیرفته شده و متداول برای عرضهٔ بدن و هویت طبق استانداردهای جامعه؛ تبدیل می‌شوند (وو و همکاران، ۲۰۲۲؛ باصری و همکاران (۱۴۰۱)؛ رستگارخالد و کاوه، ۱۳۹۲).

۲. مبانی نظری

نظریات آنتونی گیدنز نشان می‌دهد که او به رابطه بین تأثیرات جهانی و مفهوم "خود" و "بدن" در دوران مدرن توجه خاصی دارد. او معتقد است که در فرهنگ‌های پیشامدرن، ظاهر بدن تابع استانداردهای سنتی بود. اما در دوران مدرن که گیدنز آن را عصر بازاندیشی می‌نامد، افراد با ارزیابی مستمر کنش‌ها و باورهایشان، موجب تغییرات جهانی می‌شوند. نفوذ رسانه‌ها به افراد امکان می‌دهد که به‌طور مداوم کنش‌ها و تصمیم‌های خود را اصلاح کنند و گذشته خود را بررسی نمایند. گیدنز بر این باور است که بدن به عنوان مکانی برای نمایش سبک‌های زندگی و هویت‌های جدید اهمیت دارد. امروزه افراد با مدیریت تغذیه، رژیم، ورزش و پوشش سعی می‌کنند با استفاده از بدن‌شان، هویت و تمایز خود را نشان

دهنـد. بنـابراین، مـدیریت بـدن و زیباسـازی بـه موضـوعی مهـم تبـدیل شـده اسـت (گیدنز، ۲۰۲۰).

از طرفی دیگر یکی از عوامل موثر در نارضایتی از بدن و تمایـل بـه جراحـی زیبـایی، تصور افراد از خود و یا تصور دیگران از خود؛ می‌باشد. یعنی همان چیـزی کـه در نظریـه خودآینه‌سان، چارلز هورتون کولی به آن اشاره می‌کند. مفهوم خودآینـه‌سـان از سـه بخـش تشکیل می‌شود. نخست، ظاهر ما به چشم دیگری چگونه می‌نماید. دوم، داوری او دربارهٔ ما چیست و سرانجام، چه احساسی از خود برای ما پدید می‌آید، غرور یا سرشکستگی (کوزر، ۲۰۱۳: ۴۱۰).

به طور کلی رویکردهـای اجتمـاعی و فرهنگـی نسـبت بـه زیبـایی نقشـی کلیـدی در شکل‌دهی استانداردها و تعریف ایده‌آل‌هـای بـدنی ایفـا مـی‌کننـد. ایـن رویکردهـا شـامل بازخوردهای ادراکی، نگرشی و رفتاری بوده و به‌طور گسترده تحت تأثیر عوامل اجتمـاعی نظیر رسانه‌های جمعی، شبکه‌های اجتماعی و محتوای متنـوع آن‌هـا (همچـون تبلیغـات و کارتون‌ها) قرار دارند. این عوامـل بـه‌طـور مسـتقیم و غیرمسـتقیم بـر ارزش‌هـا، باورهـا و آرمان‌های اجتماعی تأثیر گذاشته و استانداردهای بدنی، عادات تغذیه‌ای، سبک‌های ورزشی و شیوه‌های پوشش را در ذهن مخاطبان نهادینه کرده و به بخشی از فرهنگ تبدیل می‌کننـد (طالبی‌دلیر، ۱۴۰۲). به عبارتی دیگر بر اساس نظریه کاشت، رسانه‌ها به‌عنوان سیسـتم‌هـای پیام‌رسانی، جهان‌بینی خاصی را ترویج می‌دهند که اگرچه ممکن اسـت بـا واقعیـت عینـی فاصله داشته باشد، به دلیل ادراک جمعی افراد از آن بـه‌عنـوان واقعیـت، تبـدیل بـه مبنـای قضاوت‌های اجتماعی می‌شود (باران و دیویس، ۲۰۱۷: ۴۲۰-۴۲۴). با این حال، بر اسـاس نظریه تفاوت‌های فردی، تأثیرات رسانه و شدت آن بـر هـر فـرد متفـاوت اسـت (بـاران و دیویس، ۲۰۱۷: ۱۹۴). به این ترتیب، رسـانه‌هـا نـه تنهـا اسـتانداردهای زیبـایی را بازتـاب می‌دهند بلکه نقش فعالی در شکل‌دهی و تثبیت این ایده‌آل‌ها در جوامع ایفا می‌کنند.

۳. روش‌شناسی

این پژوهش با رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای در میان زنانی که جراحی زیبایی بـدن انجام داده‌اند، صورت گرفته است. یکی از مزایای برجسته روش‌شناسـی نظریـه زمینـه‌ای، ارائه چارچوبی منظم و دقیق بـرای جمـع‌آوری، تجزیـه و تحلیـل و تفسـیر داده‌هـا اسـت (کوربین و استروس، ۲۰۱۴). هدف اصلی این روش، کاهش تجارب فردی به توصـیفی از

ذات اصلی پدیده مورد مطالعه است. تفسیر و توصیف در این روش، تنها بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از بستر تحقیق انجام می‌شود (لک، ۱۳۹۳). با توجه به کیفی بودن تحقیق، حجم نمونه از قبل تعیین نشد بلکه در فرآیند جمع‌آوری اطلاعات با رسیدن به درجهٔ اشباع مشخص شد (کوربین و استروس، ۲۰۱۴). جهت یافتن نمونه در این پژوهش کیفی، ابتدا به کلینیک‌های زیبایی مراجعه و سپس از روش گلوله برفی استفاده شد. و با ۱۵ زن که جراحی زیبایی انجام داده بودند، مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختار یافته انجام شد. از تمامی مصاحبه‌شوندگان برای ضبط صدا و نظرات آن‌ها و استفاده از نتایج با اسم مستعار اجازه گرفته شد.

مطابق جدول ۳-۱، مصاحبه‌شوندگان در بازه سنی ۲۲ تا ۴۵ سال قرار داشتند. ۴ نفر مجرد، ۱۱ نفر متأهل و ۶ نفر خانه‌دار و ۹ نفر باقی‌مانده شاغل بودند. علاوه‌بر این ۶ نفر ابدومینوپلاستی، ۶ نفر بای‌پس، ۴ نفر لیپوساکشن، ۱ نفر عمل جراحی زیبایی بزرگ کردن سینه و ۲ نفر عمل جراحی زیبایی کوچک کردن سینه را انجام داده بودند.

سؤالات مصاحبه به طور مشترک و براساس پیشینه نظری و تجربی شرح داده شده در مورد نارضایتی از بدن و جراحی زیبایی تعیین شدند. به طور کلی، سوالات مصاحبه افکار و احساسات شرکت کنندگان، عوامل اجتماعی – فرهنگی و تسهیل‌کننده در رابطه با نارضایتی از بدن، جراحی بدن و اثرات رسانه‌ای را بررسی می‌کردند.

جدول (۳ -۱) مشخصات مشارکت‌کنندگان

نام	سن	وضعیت اشتغال	تحصیلات	وضعیت تاهل	تعداد فرزندان	نوع عمل زیبایی
فاطمه	۲۱	منشی کلینیک زیبایی	سیکل	مجرد	–	بای‌پس، لیفت بازو، ابدومینوپلاستی،
زهرا	۴۰	دبیر	لیسانس	متأهل	۱	بای‌پس، جراحی لیپوماتیک
مریم	۴۱	اپلاسیون‌کار	دیپلم	متأهل	۲	ابدومینوپلاستی، جراحی لیپوماتیک
سارا	۴۱	خانه‌دار	لیسانس	متأهل	۱	ابدومینوپلاستی، جراحی سینه، تزریق فیلر به باسن
نرگس	۲۶	مترجم و مدیر تولیدی لباس پزشکی	سیکل	متأهل	۳	ابدومینوپلاستی، لابیاپلاستی
سحر	۴۶	خانه‌دار	دیپلم	متأهل	۳	ماموپلاستی
مینا	۲۳	فروشنده	فوق‌دیپلم	مجرد	–	لیپوساکشن، تزریق فیلر به باسن
زینب	۳۸	خانه‌دار	سیکل	متأهل	۲	ماموپلاستی (کوچک کردن سینه)، لیفت بازو
معصومه	۴۸	دبیر	لیسانس	متأهل	۲	بای‌پس

نام	سن	وضعیت اشتغال	تحصیلات	وضعیت تأهل	تعداد فرزندان	نوع عمل زیبایی
سعیده	۳۶	کادر درمان	کاردانی	متأهل	۱	حذف سلولیت
عاطفه	۴۴	خانه‌دار	دیپلم	متأهل	۲	بای‌پس لیپوساکشن، ابدومینوپلاستی،
محدثه	۲۱	دانشجو	لیسانس	مجرد	–	بای‌پس
یاسمن	۳۳	خانه‌دار	دیپلم	متأهل	۲	بای‌پس
مهدیه	۴۷	خانه‌دار	دیپلم	متأهل	۲	ابدومینوپلاستی
هانیه	۳۳	مدیر شرکت لوازم بهداشتی-آرایشی	فوق‌لیسانس	مجرد	–	بای‌پس

۴. یافته‌ها

یافته‌های پژوهش بعد از جمع‌آوری و پیاده‌سازی به وسیلهٔ نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۲۰۱۸، کدگذاری شدند و در نهایت ۱۹ مقولهٔ محوری و یک مقولهٔ مرکزی به دست آمد (شکل شماره ۴-۱). در راستای تبیین و توضیح مقولهٔ مرکزی "نارضایتی از بدن" شرایط علّی، مداخله‌گر، زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای ناظر بر آن و مدل پارادایمی متشکل از موارد ذکر شده، شرح داده خواهد شد.

۱.۴ شرایط زمینه‌ای

تجربه فرد در خانواده اولیه و ثانویه، پذیرش اجتماعی ورزش، تغییرات فرهنگی الگوهای تغذیه‌ای، تغییر الگو و فرهنگ پوشش، فرهنگ‌سازی اجتماعی کارتون‌ها و ولع خوردن؛ زمینه‌هایی را فراهم می‌کنند که منجر به بروز پدیده مرکزی این مطالعه یعنی "نارضایتی از بدن" می‌شوند.

جدول (۴-۱) مقولات ناظر بر شرایط زمینه‌ای

مقولات فرعی/ کدگذاری باز سطح دوم	مقوله محوری
نوع رابطه با خواهر/ برادر/ فامیل مادر و پدر، فوت والدین، سرکوب و سرزنش و عدم دریافت محبت از پدر	تجربه خانواده اولیه
رابطه با همسر و خانواده همسر	تجربه خانواده ثانویه
انجام ورزش جهت لاغری، عدم استمرار و تمایل به لاغری در کمترین زمان ممکن، ناامیدی از لاغری در ورزش	پذیرش اجتماعی ورزش

مقولات فرعی/ کدگذاری باز سطح دوم	مقوله محوری
مصرف خوراکی‌ها-نوشیدنی‌ها و تنقلات ناسالم، مصرف غذاهای آماده و نیمه‌آماده بخصوص فست‌فودها	تغییرات فرهنگی الگوهای تغذیه‌ای
پوشیدن لباس‌های باز و تنگ در مهمانی‌ها، آزادتر شدن لباس‌ها در مکان‌های عمومی	تغییر الگو و فرهنگ پوشش
تأثیر کارتون‌ها درناخودآگاه کودک و انعکاس آن در بزرگسالی	فرهنگ‌سازی اجتماعی کارتون‌ها
علاقه و لذت از خوردن مداوم تنقلات و غذا	ولع خوردن

۱.۱.۴ تجربه خانواده اولیه

خانواده در فرهنگ ایرانی از اهمیت بسیاری برخوردار است و بیشترین تأثیر را در هویت اجتماعی و آینده فرد دارد. هنگامی که فرد از پدر خود (به عنوان عضو مهم و تأثیرگذار خانواده در فرهنگ مردسالار) محبت کافی را دریافت نکند و یا مدام مورد سرزنش و سرکوب او قرار گیرد، پدر و مادرش را از دست دهد، با برادر و خواهر و فامیل‌های نزدیک خود رابطه خوبی نداشته باشد و در تنش باشد، دچار خلاء عاطفی می‌شود و این خلاء جای‌گذاری شده در بطن خانواده و اعضای آن باعث می‌شود تا فرد در بزرگسالی نیازمند حمایت عاطفی اطرافیان نزدیک خود باشد و برای از دست ندادن دوباره آن، هویت و شخصیت خود را تغییر دهد. به همین علت هنگامی که در بزرگسالی، متوجه می‌شود که ممکن است چاقی او باعث از دست دادن محبت اطرافیان یا حتی خود آنها شود، هویت و پایگاه اجتماعی‌اش به خطر می‌افتد و به سرعت به دنبال لاغری می‌رود تا از این اتفاق جلوگیری کند.

- معصومه ۴۸ ساله: "بابام بین همه اعضای خانواده مهم بود و دوستش داشتم، ولی رابطم باهاش خوب نبود. یک حیا و احترامی بین‌مون بود که باعث می‌شد باهم صمیمی نباشیم. بعدش هم که فوت کرد. بخاطر همین محبت کافی رو ازش ندیدم. از وقتی ازدواج کردم دوست داشتم این محبت رو از سمت شوهرم یا بچه‌هام داشته باشم. اما کم کم از رفتارای پسرم متوجه شدم که از چاقی من خجالت می‌کشه و دوست نداره باهام صمیمی باشه یا بره بیرون. خیلی ناراحت بودم و اعتمادبه‌نفسم ازبین رفته بود. برای همین دنبال این بودم لاغر شم و به خودم برسم تا اونم دوباره با من خوب بشه."

۲.۱.۴ تجربه خانواده ثانویه

پس از ازدواج، رفتارها، خواسته‌ها و تعاملات همسر بیشترین تأثیر را بر زنان دارند. زیرا همسر به عنوان شریک عاطفی، جنسی و فیزیکی، بیشترین نزدیکی و ارتباط را با آنها دارد. هنگامی که توجه همسر کاهش می‌یابد، فرد به‌طور ناخودآگاه به دنبال بازپس‌گیری این توجه است. اگر این میزان توجه به سطح قبل یا حتی بیشتر بازنگردد، فرد ممکن است این کاهش توجه را به مسائل جسمانی خود نسبت دهد و به‌ویژه وزن خود را به عنوان عامل اصلی نارضایتی از بدنش تلقی کند. در حالی که در واقع علل کاهش توجه به عواملی پیچیده‌تر و چندبعدی مرتبط با وضعیت عاطفی، اجتماعی یا حتی مشکلات ارتباطی بین طرفین بستگی دارد. از سوی دیگر، اگر خانواده همسر نیز بر چاقی فرد تأکید کنند، فشار اجتماعی افزایش می‌یابد و این ممکن است فرد را به تغییرات جسمانی، از جمله اقدام به جراحی زیبایی، سوق دهد. این مسئله نمایانگر چالش‌های اجتماعی و روانشناختی است که در تعاملات خانوادگی و فرهنگی ریشه دارند و تأثیرات عمیقی بر سلامت روان و جسم فرد خواهند داشت.

- سحر ۴۶ ساله: " شوهرم جلوی بقیه به من می‌گفت تو چاقی و عرضه نداری لاغر بشی. با این کار فشار زیادی رو بهم وارد می‌کرد."
- زهرا ۴۰ ساله: " مادرشوهرم مدام به من می‌گفت تو خیلی چاقی و باید لاغر بشی. همسرم هم درکنارش می‌گفت که برم باشگاه."

۳.۱.۴ پذیرش اجتماعی ورزش

ورزش به عنوان یک فرهنگ در بین عموم خانواده‌های ایرانی درونی نشده است و افراد به آن به‌عنوان وسیله‌ای جهت تغییر وزن و اندام خود برای دستیابی به زیبایی (نه در جهت سلامت جسم و روح) نگاه می‌کنند. در این حوزه افراد به دو گروه تقسیم می‌شوند: الف) افرادی که به طور کلی سراغ ورزش نرفته‌اند و تنها به دنبال لاغری بدون تلاش و ورزش هستند. ب) افرادی که به سراغ ورزش رفته‌اند اما با نتیجه نگرفتن در کمترین زمان مدنظر یا نرسیدن به اندام ایده‌آل، از آن ناامید و خسته می شوند و آن را کنار می‌گذارند.

- عاطفه ۴۴ ساله: "برای ورزش خیلی تنبل بودم. وقتی با عمل راحت‌تر لاغر می‌شی چرا سختی ورزش رو تحمل کنی؟"

- مبینا ۲۳ ساله: "چندهفته‌ای ورزش رو شروع کردم ولی پهلوهام رو که می‌خواستم لاغر بشه، لاغر نمی‌شد. دیگه از ورزش و باشگاه رفتن ناامید شده بودم."
- زینب ۳۸ ساله: " خسته شده بودم از ورزش کردن. چون اون نتیجه‌ای که باید می‌گرفتم رو نمی‌گرفتم و همیشه با شکست مواجه می‌شدم و ناامید بودم. با خودم می‌گفتم با ورزش به وزن دل‌خواهم نمی‌رسم."

۴.۱.۴ تغییرات فرهنگی الگوهای تغذیه‌ای

رسانه‌ها و شرکت‌های تولید مواد غذایی در دهه‌های اخیر نقش برجسته‌ای در تغییر و تحول فرهنگ تغذیه‌ای ایرانیان ایفا کرده‌اند. این تغییرات نه تنها ناشی از تبلیغات گسترده و ترویج سبک‌های غذایی جدید، بلکه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر فرایندهای فرهنگی و اجتماعی قرار گرفته‌اند. تبلیغات مواد غذایی آماده یا نیمه‌آماده، تنقلات و نوشیدنی‌های مضر، که عمدتاً در بسته‌بندی‌های جذاب و طراحی‌های بصری چشم‌نواز ارائه می‌شوند، امروزه به‌طور وسیعی در دسترس عموم قرار گرفته است.

- مبینا ۲۳ ساله: " یک جایی رفتم برای کارآموزی، طبقه بالامون فودکورت بود. هرروز یا خودم می رفتم اونجا فست‌فود می‌خوردم یا همکارا برام می‌آوردن. تو یک ماه ۱۰ کیلو چاق شدم."
- مهدیه ۴۷ ساله: " با شوهرم خیلی از شب‌ها بعد شام می‌رفتیم بیرون، بستنی و آبمیوه می‌خوردیم. اون لاغر بود براش مهم نبود ولی من هرروز بیشتر از روز قبل چاق می‌شدم. اما اینقدر اینا خوشمزه بنظر میان که آدم نمی‌تونه جلوی خودش رو بگیره."

۵.۱.۴ تغییر الگو و فرهنگ پوشش

فرهنگ پوشش در جامعه به نسبت زمان گذشته توسط رسانه‌ها، صنعت مد و مسائل پیش آمده در حوزهٔ حجاب، تغییرات اساسی‌ای داشته است. به گونه‌ای که برخلاف گذشته، لباس‌های امروزی تنگ‌تر و بازتر هستند که منجر به کمتر پوشیده ماندن بدن می‌شوند. به همین علت افراد با کوچک‌ترین تغییر در اندام خود، به دلیل عدم توانایی پوشیدن لباس‌های مطابق مد و فرهنگ جدید پوشش در جامعه، از بدن خود ناراضی می‌شوند.

- سحر ۴۶ ساله: "من نمی‌تونستم تو مهمونیا لباس کوتاه یا تنگ بپوشم. باید همش لباس بلند و گشاد می‌پوشیدم و همین زشت بود."
- مبینا ۲۳ ساله:" من حتی با سایز لباس هم به مشکل خوردم. مثلاً نیم‌تنه‌های الان رو نمی‌تونستم تا بعد عمل بپوشم."

۶.۱.۴ فرهنگ‌سازی اجتماعی کارتون‌ها

کارتون‌ها و عناصر به‌کاررفته در آن‌ها می‌توانند تغییرات زیادی در فرهنگ یک جامعه ایجاد کنند. افراد مورد مطالعه در گروه سنی ۲۰ سال، در کودکی کارتون‌هایی مانند "باربی" را تماشا می‌کردند، که در آن‌ها باربی‌ها با اندام‌های کاملاً لاغر و لباس‌های زیبا به نمایش در می‌آمدند. علاوه‌بر این گروه سنی، دیگران نیز پس از کودکی از طریق فرزندانشان با این تصاویر مواجه می‌شوند. دیدن این تصاویر، ایده‌آل‌های خوش‌اندامی و خوش‌پوشی را بر نگرش‌ها و ارزش‌های افراد و در نهایت فرهنگ جامعه القا می‌کند. سپس افراد به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم خود را با این شخصیت‌ها مقایسه می‌کنند و اگر بدنشان با آن‌ها مطابقت نداشته باشد، دچار نارضایتی از بدن خود می‌شوند. این مقایسه‌ها به صورت کلیشه در فرهنگ جامعه ریشه می‌دوانند و بر نگرش و رفتار افراد تأثیر می‌گذارند.

- محدثه ۲۱ ساله: "من وقتی کوچیک بودم، یکی "شگفت انگیزان" رو خیلی دوست داشتم، یکی اون باربیه که ۱۲ تا خواهر بودن."
- یاسمن ۳۳ ساله: "من عاشق "دیو و دلبر" بودم. ویدیوش رو گرفته بودیم و روزی هزار بار نگاهش می‌کردم. موقع عروسیم هم از بس چاق بودم، مثل دیو بودم نه دلبر."

۷.۱.۴ ولع خوردن

هنگامی که افراد عادات غذایی نامناسبی داشته باشند (که عموما این عادات برگرفته از فرهنگ تغذیه می‌باشد) و یا به خوردن به عنوان وسیله‌ای برای رها شدن از ناراحتی و اضطراب و یا تخلیه انرژی نگاه کنند، ولع خوردن در آنها ایجاد می‌شود. این افراد به دلیل میل و علاقه شدیدی که نسبت به تنقلات، فست‌فودها و به طورکلی غذاها پیدا کرده‌اند، دیگر توانایی کنترل خوردن خود را از دست می‌دهند و این مسئله منجر به چاقی و درنهایت عدم رضایت آنها از تغییر شکل بدن خود می‌شود.

- زینب ۳۸ ساله: " همش دوست داشتم که نتونم غذا بخورم. حتی اگر هم می‌خوام و ذهنم میگه غذا بخور، معده‌ام اجازه نده."
- مبینا ۲۳ ساله:"من واقعاً شیرینی و شکلات رو دوست دارم. یعنی حتی ممکنه یک هفته هم غذا نخورم. ولی اون شیرینی و شکلات رو باید بخورم چون واقعا حالم بد می‌شه اگر نخورم."

۲.۴ شرایط علّی

متداول سازی بدن ایده‌آل، شی‌انگاری، تحول فرهنگی زنان دهه ۵۰ و ۶۰، فرهنگ ایده‌آل‌گرایی، تحول فرهنگ نگرش به بدن، فرهنگ کار و معیارهای بدن ایده‌آل از جمله عواملی هستند که منجر به وقوع و یا گسترش پدیدهٔ مرکزی این مطالعه "نارضایتی از بدن" خواهد شد.

جدول (۴-۲) مقولات ناظر بر شرایط علّی

مقولات فرعی/ کدگذاری باز سطح دوم	مقوله محوری
توجه عمومی به مسأله چاقی و خوش اندامی	متداول‌سازی بدن ایده‌آل
وجود کلیشه‌های جنسیتی در نگرش، اهمیت بیشتر ظاهر نسبت به مسائل دیگر	شی‌انگاری
توجه بیشتربه ظاهر و بدن، تغییر نگرش نسبت به بدن	تحول فرهنگی زنان دهه ۵۰ و ۶۰
تمایل به داشتن بدنی طبق ایده‌آل‌های جامعه و فرهنگ	فرهنگ ایده‌آل‌گرایی
عدم توجه به نظرات دیگران، مصمم بودن در احساس و نظر خود نسبت به بدن	تحول فرهنگ نگرش به بدن
تحسین اندام مناسب و جلب توجه فرد خوش‌اندام در محل کار	فرهنگ کار و معیارهای بدن ایده‌آل

۱.۲.۴ متداول‌سازی بدن ایده‌آل

افراد در رسانه‌ها به‌طور مداوم بدن‌های زیبا و لاغر را مشاهده می‌کنند و یا با تبلیغات فراوان لاغری مواجه می‌شوند. این موضوع موجب افزایش توجه و حساسیت آن‌ها نسبت به بدن‌شان می‌شود. همچنین، هنگامی که اکثریت اطرافیان یک فرد لاغر و دارای اندام‌های ایده‌آل هستند، لاغری و داشتن اندام مطابق با استانداردهای جامعه به یک امر عادی تبدیل می‌شود. در نتیجه، فردی که چاق است، احساس می‌کند از این استانداردها دور است و مانند اطرافیان خود نیست. این احساس منجر به نارضایتی از بدن و تمایل به لاغری می‌شود.

- نرگس ۲۶ ساله: "وقتی می‌ری مهمونی می‌بینی همهٔ اطرافیانت لاغر و خوش هیکلن، خب تو احساس می‌کنی با این شکمت مثل اونا نیستی و معذبی. از قدیمم گفتن باید همرنگ جماعت باشی."

۲.۲.۴ تحول فرهنگی زنان دهه ۵۰ و ۶۰

زنان متولد دهه ۵۰ و ۶۰ به علت وجود جنگ ایران و عراق، جو حاکم بر جامعه و فرهنگ در آن زمان (لزوم حضور زنان و دختران در پشت جبهه‌های جنگ و در جریان تحولات سیاسی اجتماعی این دهه)، توجه و حساسیت‌شان به‌جای بدن و ظاهر خود بر جنگ، کمک‌رسانی و ایفای نقش به عنوان زن انقلابی معطوف شده بود. با تغییر عناصر فرهنگی جامعه ارزش‌ها، عقاید و باورهای زنان نیز دستخوش تغییر شد. هم‌اکنون علاوه‌بر توجه زنان نسبت به اوقات فراغت خود، تفریحات و امور شخصی، آنان حساسیت و توجه بیشتری نیز بر بدن و ظاهر خود پیدا کرده‌اند. به همین علت به دنبال تطابق بدن خود با استانداردهای جامعه امروزی هستند و اگر بدین شکل نباشد، نارضایتی از بدن در فرد شکل می‌گیرد.

- سحر ۴۶ ساله: "الان برای خودم زیبایی خیلی مهمه. مگه خودم آدم نیستم؟ دوست دارم خوش‌هیکل و قشنگ باشم."
- سعیده ۳۶ ساله: " اوایل که ازدواج کرده بودم، جاریام که از من بزرگتر بودن خیلی به من تیکه می‌نداختن و اذیتم می‌کردن بخاطر اینکه به ظاهرم می‌رسیدم. الان طوری شده که از من خیلی بیشتر به بدن و ظاهرشون اهمیت می‌دن."

۳.۲.۴ شی‌انگاری

در جامعه و فرهنگ کنونی، بدن به‌عنوان کالایی برای ابراز وجود و تثبیت پایگاه اجتماعی در نظر گرفته می‌شود و از اهمیت بالایی برخوردار است. هنگامی که افراد احساس کنند موقعیت، پایگاه یا هویت اجتماعی‌شان در معرض خطر است، به تغییر وضعیت بدن خود می‌پردازند تا به موقعیت و آینده بهتری دست یابند. با توجه به اینکه در جامعه معاصر، لاغری و عدم چاقی به‌عنوان معیار و استاندارد بدن تلقی می‌شود، ناهماهنگی بدن افراد با این معیارها منجر به نارضایتی از بدن می‌شود. این مسئله به‌ویژه در جذب جنس مخالف، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

- محدثه ۲۱ ساله: "حس می‌کردم با این بدن و چاقیم، نمی‌تونم کنترلی روی زندگیم داشته باشم. و اینکه من دوست دارم ازدواج کنم اما بخاطر چاقیم نمی‌تونستم و فکر می‌کردم شانسی ندارم. اما الان که عمل کردم و لاغر شدم، اونطوری نیست."

۴.۲.۴ فرهنگ ایده‌آل‌گرایی

جامعه و فرهنگ استانداردها و احساس ایده‌آلیست بودن را به فرد منتقل می‌کنند، و باعث می‌شوند تا افراد بپذیرند که اگر می‌خواهند در جامعه مورد توجه واقع شوند، باید مطابق با استانداردهای تعیین شده توسط فرهنگ و جامعه باشند. به همین علت برای اینکه عیناً مطابق با استانداردهای جامعه باشند، نسبت به بدن فعلی خود احساس نارضایتی می‌کنند و در پی دستیابی به بدن بهتر، برمی‌آیند.

- فاطمه ۲۱ ساله: "دوست دارم خیلی تراشیده باشم. حتی وقتی بیرون راه می‌رم، بعضی وقت‌ها به این فکر می‌کنم که استخونام رو بتراشم."
- مهدیه ۴۷ سال: "می‌خواستم لباس بگیرم، می‌گفتم این فقط به اندامی که لاغر باشه میاد. این به من نمیاد. بعد مدام دوست داشتم لاغر کنم چون از خودم راضی نبودم."

۵.۲.۴ تحول فرهنگ نگرش به بدن

با وجود نظرات مثبت اطرافیان، افراد غالباً نسبت به بدن خود احساس نارضایتی و شرمساری دارند. به عبارت دیگر، نگرش و ارزش‌های فرهنگی نسبت به بدن تغییر کرده است. رسانه‌ها و اطرافیان با ارائه تصویر بدن ایده‌آل، باعث شکل‌گیری تصورات منفی، احساس شرم از بدن، و کاهش تمایل به شرکت در مهمانی‌ها و مراسم‌های اجتماعی می‌شوند. این عوامل منجر به انزواطلبی و نارضایتی از بدن فعلی شده و به تدریج نگرش، ارزش‌ها و فرهنگ مربوط به بدن را تغییر می‌دهند.

- مریم ۴۱ ساله: "با اینکه دوستام می‌گفتن اندامم خوبه، ولی خودم راضی نبودم و از بدنم خجالت می‌کشیدم. برای همین تو مهمونی‌های جمعی خیلی شرکت نمی‌کردم."
- نرگس ۲۶ ساله: "شوهرم بهم می‌گفت تو اندامت خوبه. ولی خب راضی نبودم و دوست داشتم اندامم بهتر باشه. تو مهمونی‌ها هم یا نمی‌رفتم یا اینکه لباس‌های گشاد و بلند می‌پوشیدم که بدنم دیده نشه."

۶.۲.۴ فرهنگ کار و معیارهای بدن ایده‌آل

در محیط کار، روابط بین افراد، همکاران و مراجعین، که جزء فرهنگ کار محسوب می‌شوند، اهمیت زیادی دارد. افرادی که چاق هستند، ممکن است در محیط کار تحت فشار نگاه‌های سنگین و رفتارهای نامناسب دیگران قرار گیرند. از طرفی بسیاری از همکاران به ظاهر و لاغری خود توجه زیادی می‌کنند، که این امر باعث می‌شود فرد خود را با آن‌ها مقایسه کرده و احساس کند که اگر لاغرتر باشد، برخوردهای بهتری با او صورت می‌گیرد. این موضوع می‌تواند به تدریج به بروز نارضایتی از بدن و کاهش اعتمادبه‌نفس منجر شود.

- معصومه ۴۸ ساله: "کم کم دیدم بخاطر چاقیم، همکارهام بهم توجه نمی‌کنن. این خیلی اذیتم می‌کرد."
- زهرا ۴۰ ساله: "سرکار، مراجعین‌مون وقتی من رو می‌دیدن که چاقم، خیلی بد نگاه می‌کردن. سرکار حرف‌ها و نگاه‌ها برام ناراحت‌کننده بود."

۳.۴ شرایط مداخله‌گر

نگاه بیزینسی پزشکان زیبایی به مخاطبین، تأثیرات گروه همسالان، اطرافیان، فرهنگ استفاده از رسانه، نگاه موقتی نسبت به تناسب بدن، باورهای دینی و رفتارهای پرخطر و مشکل‌ساز از جمله شرایطی هستند که به نوعی شرایط علّی را تقویت و بروز مقولهٔ مرکزی را محتمل‌تر می‌کنند.

جدول (۴-۳) مقولات ناظر بر شرایط مداخله‌گر

مقولات فرعی/ کدگذاری باز سطح دوم	مقوله محوری
استوری‌ها و پست‌های دکترها جهت جذب مخاطب، استخدام بازاریاب‌ها، تخفیفات	نگاه بیزینسی پزشکان زیبایی به مخاطبین
داشتن دوستان محدود، عمیق‌تر شدن روابط دوستی	تأثیرات گروه همسالان
تماشای فیلم‌های ترکی/انگلیسی و ماهواره	فرهنگ استفاده از رسانه
رژیم‌ها و ورزش‌های مناسبتی	نگاه موقتی نسبت به تناسب بدن
اهمیت دین و گفته‌های دینی در زندگی زناشویی	باورهای دینی
مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی	رفتارهای پرخطر و مشکل‌ساز

۱.۳.۴ نگاه بیزینسی پزشکان زیبایی به مخاطبین

دکترها و جراحان زیبایی از روش‌های گوناگونی برای ترغیب مراجعین به لاغری و نارضایتی از بدن خود استفاده می‌کنند. آنها در صفحه‌های اینستاگرامی، با گذاشتن عکس‌های افراد لاغراندام و استفاده از برخی جملات و کلمات ترغیب‌کننده باعث می‌شوند تا نیاز به تغییر شکل بدن و نارضایتی از آن در مخاطبین شکل بگیرد.

- نرگس ۲۶ ساله: "من برای دکترها هم بازاریابی می‌کنم، بخاطرهمین می‌رم عکس‌های این خانم‌های خوش‌هیکل و لاغر رو برمی‌دارم و می‌ذارم تو صفحه خودم تا بقیه هم ببینن و از این اندام‌ها خوش‌شون بیاد و ترغیب به تغییر بدن‌شون بشن."

۲.۳.۴ تأثیرات گروه همسالان

تمامی مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش، دارای دوستان انگشت‌شماری بودند. اما با آنها رابطهٔ صمیمانه و عمیقی داشتند. این موضوع باعث افزایش تأثیرگذاری دوستان بر فرد و یا تبدیل شدن آنها به گروه مرجع می‌شود. بنابراین، اگر دوستان آن‌ها بدنی مطابق با استانداردهای فرهنگی یا اجتماعی داشته باشند، فرد به تدریج دچار نارضایتی از بدن خود شده و تمایل پیدا می‌کند که بدنی مشابه آن‌ها داشته باشد.

- سارا ۴۱ ساله: "من کلاً دو تا دوست صمیمی داشتم. اول اونا چاق بودن ولی وقتی لاغر شدن، دیدم دیگه من چاقم و بدنم اونطوری که باید نیست. برای همین از خودم ناراضی شده بودم."

۳.۳.۴ فرهنگ استفاده از رسانه

به دلیل ارتباط مکرر با رسانه‌ها در جامعه کنونی و تأثیر قابل توجه آن بر افراد، فرهنگ استفاده از رسانه اهمیت زیادی یافته است. امروزه افراد بخش عمده‌ای از اوقات فراغت خود را به تماشای فیلم‌ها، به‌ویژه فیلم‌های ترکی/انگلیسی و برنامه‌های ماهواره‌ای اختصاص می‌دهند. در این فیلم‌ها، بدن زنان لاغر و مطابق با استانداردهای صنعت مد و جوامع مختلف به نمایش درمی‌آید که با پوشیدن لباس‌های تنگ و کوتاه، این نوع اندام، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. تماشای این تصاویر باعث می‌شود که زنان به‌تدریج بدن خود را با آنها

مقایسه کنند و به دنبال داشتن اندامی مشابه باشند، که ممکن است به نارضایتی از بدن خود منجر شود.

- نرگس۲۶ ساله، شاغل: "فیلم‌های ترکی یا انگلیسی رو که نگاه می‌کردم، مدام بدن بازیگرهای خانم رو با بدن خودم مقایسه می‌کردم. دوست داشتم منم بدنم مثل اون‌ها باشه."

۴.۳.۴ نگاه موقتی نسبت به تناسب بدن

در فرهنگ ایرانیان، انجام مراسم و مناسک مختلف از اهمیت بسیاری نزد افراد برخوردار است. با توجه به اینکه امروزه بدن جزء مهمی از هویت اجتماعی افراد محسوب می‌شود، این موضوع در کنار اهمیت مراسم و مناسک، باعث می‌شود تا افراد برای حضور در این موقعیت‌ها نسبت به بدن خود حساس‌تر باشند و میل به داشتن بدنی بهتر را در خود تشدید کنند. بنابراین در این دوران نارضایتی از بدن و میل به تغییر آن بیشتر می‌شود.

- عاطفه ۴۴ ساله: "سر هر عروسی یا مراسمی، من می‌خواستم لاغر کنم تا خوب بنظر بیام."

۵.۳.۴ باورهای دینی

در دین اسلام تأکید بسیاری شده است که زنان برای همسران خود زیبا باشند[۰]. این موضوع نگرش و ارزش افراد، به خصوص افراد مذهبی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد و باعث می‌شود تا آنها بخواهند به هرشکلی برای همسران خود زیبا باشند. این زیبایی تنها به زیبایی صورت، آرایش و لباس زیبا محدود نمی‌شود و زیبایی بدن را نیز در بر می‌گیرد. به همین علت اگر افراد به طرق ذکر شده احساس کنند که بدن شان ایده‌آل نیست، نارضایتی از بدن در آنها شکل می‌گیرد.

- سعیده ۳۶ ساله:"خیلی از مراجعین‌مون که میومدن عمل کنن، مذهبی بودن و عقیده‌شون این بود که زن باید برای همسرش زیبا باشه. اکثراً حتی بخاطر درد عمل گریه می‌کردن ولی می‌گفتن باید برای شوهرمون قشنگ و خوش اندام باشیم."

۶.۳.۴ رفتارهای پرخطر و مشکل ساز

با توجه به تغییر فرهنگ تغذیه ایرانیان، تبلیغ مصرف مشروبات الکلی در فیلم‌ها، حضور در مراسمات مختلف و شرکت در جشن‌هایی که در باغ برگزار می‌شود (آزادی عمل بیشتر در باغ)، مصرف این نوع نوشیدنی‌ها در بین افراد به خصوص جوانان شایع شده است. مصرف مشروبات الکلی باعث افزایش اشتهای افراد، چاقی و درنهایت عدم رضایت از بدن می‌شود. همچنین زنانی که قبلاً سیگار می کشیده‌اند و اکنون سیگار را ترک کرده‌اند، ترک سیگار باعث چاقی بیشتر آنان شده که نارضایتی از بدن را تشدید کرده است.

- مبینا، ۲۳ ساله: "با دوستم می‌ریم مهمونی‌های داخل باغ . تو مهمونی هم نوشیدنی‌های الکل‌دار هست و وقتی اینا رو می‌خوری، یا بعدش خیلی گرسنه‌ات می‌شه یا همراهش باید یک چیزی بخوری و همین‌ها کم‌کم باعث چاقی می‌شه."
- محدثه، ۲۱ ساله: "من یک مدتی سیگار می‌کشیدم و بعدش ترک کردم. از وقتی ترک کردم چاقیم بیشتر شده انگار."

۴.۴ راهبرد

تمایل به انجام جراحی زیبایی، راهبردی است که مشارکت کنندگان در هنگام قرارگیری در شرایط علّی، زمینه‌ای و مداخله‌گر ذکر شده در پیش می‌گیرند.

جدول (۴-۴) مقولات ناظر بر راهبردها

مقولات فرعی/کدگذاری باز سطح دوم	مقوله محوری
ناامیدی و شکست از رژیم‌ها و انجام ورزش، تبلیغات جراحی زیبایی توسط رسانه‌ها، انجام عمل توسط اطرافیان و نتیجه مشاهده عمل، تخفیفات دکترها برای عمل	انجام جراحی زیبایی

۱.۴.۴ جراحی زیبایی

افرادی که از بدن خود نارضایتی دارند، ممکن است ابتدا به رژیم‌های غذایی یا ورزش‌های مختلف روی آورند، اما غالباً به دلیل عدم حصول نتیجه سریع و قابل توجه، با شکست و ناامیدی مواجه می‌شوند. در این وضعیت، تبلیغات رسانه‌ای که جراحی زیبایی را به‌عنوان راهی سریع و راحت برای لاغری معرفی می‌کند، جذابیت بیشتری پیدا می‌کند. همچنین، اگر اطرافیان فرد عمل زیبایی کرده و نتایج مثبتی مشاهده کنند، او تحت تأثیر قرار گرفته و

ممکن است برای اجتناب از فشار روانی و اجتماعی ناشی از چاقی و عدم موفقیت دوباره در کاهش وزن، به جراحی زیبایی روی آورد. این عمل می‌تواند به‌طور قابل توجهی ظاهر بدن زن را تغییر دهد. پزشکان نیز با ارائه تخفیفات ویژه در مناسبت‌هایی مانند روز زن، نوروز و روز عشق، زنان را به انجام این عمل ترغیب می‌کنند، به‌ویژه آن دسته که با مشکلات مالی مواجه هستند. برخی دیگر از افراد ممکن است به‌طور مستقیم به دلیل تأثیر تبلیغات و اطرافیان، تنها گزینه لاغری را جراحی زیبایی بدانند و از روش‌های جایگزین مانند رژیم و ورزش صرف نظر کنند.

- سارا ۴۱ ساله: "دوستام که عمل کردن و دیدم چقدر خوب شدن، منم یک راست رفتم سراغ عمل. اصلاً دیگه به ورزش یا رژیم فکر نکردم."
- فاطمه ۲۱ ساله، منشی دکتر زیبایی: "ما میایم هرچند وقت یک‌بار تو مناسبتای مختلف تخفیف می‌ذاریم تا اونایی که به فکر عمل هستن وسوسه بشن و بیان سراغ عمل. بعد که پیام می‌دن برای عمل، ما دیگه اینقدر پیگیرشون می‌شیم تا آخرش عمل کنن."
- مهدیه ۴۷ ساله: "من خیلی ورزش می‌کردم و رژیم می‌گرفتم. ولی چون اون نتیجه‌ای که می‌خواستم رو نداشت، گفتم باید فقط عمل کنم. البته من تبلیغات مختلفی رو هم درباره جراحی بدن می‌دیدم و این بیشتر وسوسه‌ام می‌کرد."

۵.۴ پیامدها

ناکامی پیامدی است که کنشگران مورد مطالعه در صورت قرارگیری در شرایط علّی، زمینه‌ای و مداخله‌گر بیان شده و در صورت اتخاذ راهبرد جراحی زیبایی، با آنها مواجه خواهند شد. بنابراین پیامدها به نوعی حاصل قرارگیری مشارکت کنندگان در شرایطی مشخص و پاسخی به موقعیت‌های خاص است.

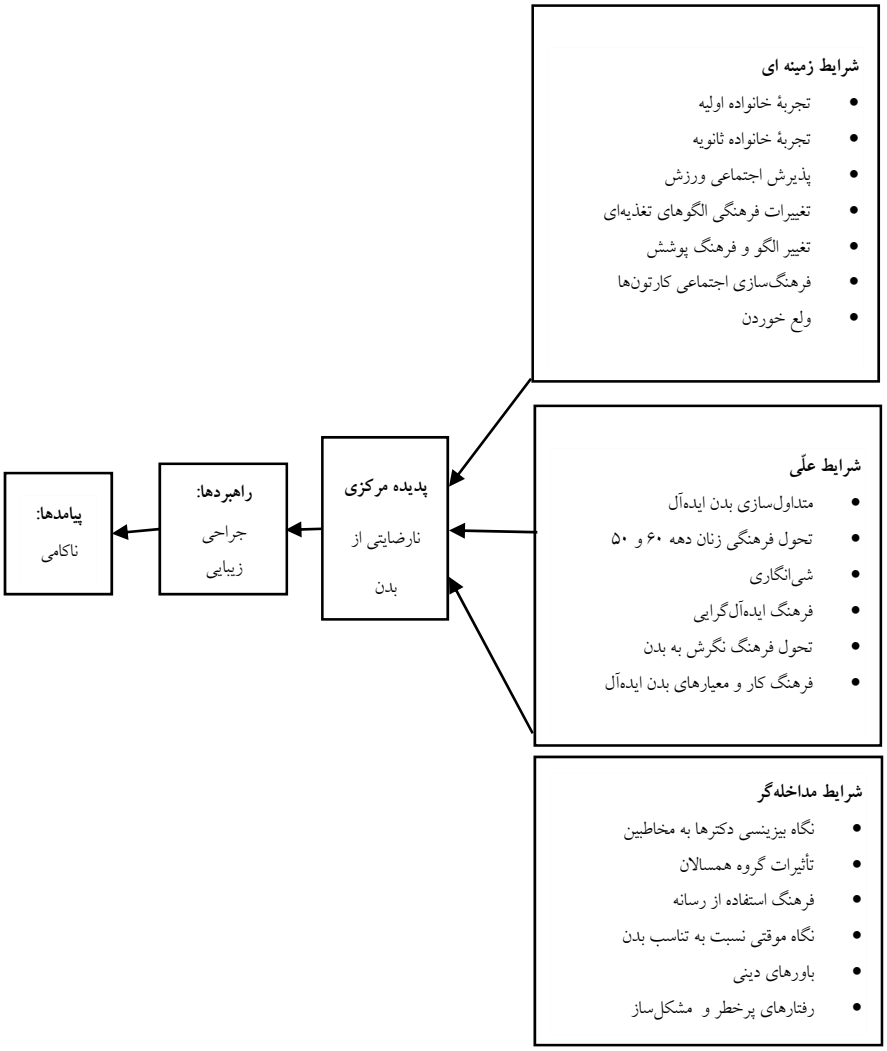
جدول (۴-۵) مقولات ناظر بر پیامدها

مقولات فرعی/کدگذاری باز سطح دوم	مقولات محوری
عدم رعایت تغذیه، عدم انجام ورزش به صورت مستمر، برگشت چاقی	ناکامی

۱.۵.۴ ناکامی

پس از انجام جراحی زیبایی، رعایت تغذیه مناسب و انجام ورزش‌های منظم از اهمیت زیادی برخوردار است. در فرهنگ تغذیه جامعه ایران، عادات غذایی نادرستی رایج شده است و بسیاری از افراد به غذاهای چرب، نوشیدنی‌ها و تنقلات مضر تمایل دارند. بنابراین، پس از مدتی از جراحی زیبایی، افراد ممکن است با بازگشت به عادات غذایی قبلی خود، دوباره به وضعیت بدنی پیشین خود بازگردند. همچنین، به‌دلیل عدم نهادینه شدن فرهنگ ورزش به‌عنوان یک فعالیت مستمر برای حفظ سلامتی، بسیاری از افراد پس از مدتی ورزش را کنار می‌گذارند. این امر می‌تواند به بازگشت چاقی و ناکامی در حفظ نتایج جراحی زیبایی منجر شود.

- هانیه ۳۳ ساله: "الان بازهم چاق شدم نسبت به موقع عملم. غذا کم می‌خورم ولی بین وعده‌های اصلیم تنقلات زیاد می‌خورم. سخته خوراکی نخوری آخه."
- عاطفه ۴۴ ساله: "روزهای اول هیچی نمی‌خوردم. کم‌کم غذا خوردنم مثل قبل شد. هرسری یک قاشق بیشتر می‌خوردم و می‌گفتم حالا یک قاشق کاری نمی‌شه. بخاطرهمین دوباره مثل قبل شدم. ورزش هم نمی‌کنم چون خیلی تنبلم."



شکل (۴-۱) مدل پارادایمی اقدام به جراحی زیبایی

۵. بحث و نتیجه‌گیری

جذابیت جسمانی از جمله موضوعاتی است که در دوران جدید استانداردهای جدیدی پیدا کرده است. به طوری که مدیریت بدن، به طور عام و جراحی زیبایی به طور خاص، اهمیت روز افزونی یافته است. در این راستا، عوامل فرهنگی گوناگونی از ابتدای زندگی فرد در انجام جراحی زیبایی و اهمیت مدیریت بدن نقش دارند.

رفتار و حضور پدر و مادر در ابعاد مختلف زندگی فرزندان بسیار تأثیرگذار است و عدم حضور، ناکافی بودن تأثیر هریک از والدین، فوت یکی از والدین یا عدم دریافت محبت از سوی آنان می‌تواند تأثیر زیادی بر شخصیت فرزندان بگذارد (محمدی، ۱۴۰۰). تأثیر این موضوع در مورد پدر بیشتر است، زیرا در خانواده‌های ایرانی با وجود فرهنگ مردسالارانه، نقش پدر اهمیت بیشتری دارد (نویدنیا و شاملو، ۱۳۹۷). به این ترتیب، رفتار پدر تأثیر بیشتری بر فرزندان دارد؛ به‌طوری‌که اگر پدر فوت کند یا احساسات فرزندان را سرکوب کرده، محبت نکند و از نظر عاطفی و اجتماعی از آنان حمایت نکند، فرزندان در آینده در روابط خود با همسر، فرزندان و دوستان به‌دنبال همان حمایت خواهند بود و کوچک‌ترین رفتار منفی از سوی آنان می‌تواند اعتمادبه‌نفس و هویت اجتماعی فرد را آسیب‌پذیر کند.

این مسئله در مورد بدن زنان نیز صادق است. زمانی که همسر، فرزندان یا دوستان چاقی او را برجسته کنند، اعتماد به نفس زن کاهش یافته، تصور منفی نسبت به بدنش پیدا می‌کند و نسبت به ازدست دادن دوستان و همسرش و یا عدم پذیرش در جامعه، دچار نگرانی می‌شود. در نهایت موارد بیان شده او را به سرعت به سمت جراحی زیبایی سوق می‌دهد. در مقابل، اگر پدر حمایت عاطفی کافی از فرزند داشته باشد، او در آینده به‌دنبال همان حمایت نخواهد بود و تحت تأثیر رفتار و صحبت‌های دیگران، شخصیت اجتماعی‌اش آسیب نمی‌بیند. در این راستا مطالعات مختلف نشان داده‌اند که حمایت عاطفی و اجتماعی خانواده، تأثیر زیادی بر تصور بدن و کسب توجه اجتماعی دارد و می‌تواند بر گرایش به جراحی زیبایی مؤثر باشد (ادهمی و امامی، ۱۴۰۰؛ بلند و همکاران، ۱۳۹۶؛ رستگارخالد و کاوه، ۱۳۹۲؛ کاظمی‌رضایی و همکاران، ۱۴۰۱؛ محمدپناه‌اردکان و همکاران، ۱۳۹۲). به علاوه، تصور دیگران از بدن فرد در کنار تصور خود فرد از بدنش، نقش مهمی در نارضایتی از بدن و تمایل به جراحی زیبایی دارد.

پس از ازدواج، همسر به‌دلیل نزدیکی عاطفی و جنسی بیشترین تأثیر را در زندگی فرد دارد. اگر همسر به دلایل مختلف توجه کمتری به بانو داشته باشد و چاقی زن نیز توسط رسانه‌ها، اطرافیان و حتی خانواده همسر برجسته شود، فرد ممکن است این عدم توجه را به چاقی خود نسبت دهد و به دنبال راه‌حلی برای بازگرداندن توجه و حمایت همسر خود باشد. در این راستا، او جراحی زیبایی را به‌عنوان راه‌حلی برای جلب دوباره توجه همسر و حفظ رابطه می‌بیند. این وضعیت زمانی که فرد از خانواده اولیه خود محبت کافی دریافت

نکرده باشد، تشدید می‌شود، زیرا او نمی‌خواهد دوباره حمایت عاطفی خانواده‌اش را از دست بدهد و نگران آسیب دیدن هویت و نقش اجتماعی‌اش است. محمدپناه‌اردکان و همکاران (۱۳۹۲) و ادهمی و امامی (۱۴۰۰) به نقش حمایت عاطفی و اجتماعی تأکید کرده‌اند. یکی از نتایج تحقیق رستگارخالد و کاوه (۱۳۹۲) کسب توجه و پذیرش اجتماعی، به واسطه جراحی زیبایی می‌باشد. گیدنز (۲۰۲۰) نیز به هویت‌بخشی، به‌عنوان یکی از ویژگی‌های اساسی مدیریت بدن اشاره می‌کند.

مسئلهٔ مهم دیگر در رابطه با خانواده، مذهب است. مذهب به‌عنوان یک عامل هنجاری و اجتماعی، نقشی اساسی در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای فردی و اجتماعی ایفا می‌کند. در جوامع مذهبی، به‌ویژه در جوامع اسلامی، زیبایی نه تنها به‌عنوان یک ویژگی ظاهری، بلکه به‌عنوان یک عنصر فرهنگی و معنوی با ارتباطی مستقیم به هویت و جایگاه اجتماعی فرد دیده می‌شود. در دین اسلام، زیبایی زنان برای همسر و خانواده به‌عنوان یک ارزش فرهنگی و دینی مطرح است و بر اهمیت آن در تقویت روابط زناشویی تأکید می‌کنند[۲و۳و۴]. این نگرش مذهبی می‌تواند به‌طور غیرمستقیم بر زنان فشارهای اجتماعی و فرهنگی وارد کند تا به‌منظور افزایش جذابیت ظاهری و تطابق با معیارهای دینی و فرهنگی، اقدام به تغییرات جسمانی کنند. به عبارتی دیگر در این چارچوب، مذهب به‌عنوان یک سازوکار اجتماعی و معنوی تأثیرگذار، موجب شکل‌گیری هنجارهایی می‌شود که این هنجارها می‌توانند در صورت وجود فشارهای اجتماعی و فرهنگی در خانواده‌ها و جامعه، به‌ویژه از طریق رسانه‌ها، بر تصمیمات فردی در زمینه زیبایی‌شناسی تأثیر بگذارند و افراد را به انجام عمل‌های زیبایی ترغیب کنند. در این زمینه، مذهب نه‌تنها به‌عنوان یک سیستم معنوی، بلکه به‌عنوان یک عامل اجتماعی مؤثر در ساخت و تقویت معیارهای زیبایی عمل می‌کند که بر نگرش‌ها و تصمیمات فردی در این زمینه تأثیر دارد. تأثیر باورهای مذهبی در گرایش به جراحی زیبایی با نتیجهٔ پژوهش بابایی‌فرد و همکاران (۱۳۹۵) مطابقت دارد. آنها نیز به این نتیجه رسیدند که متغیرهای باورهای مذهبی و استفاده از رسانه‌ها بیشترین تأثیر مستقیمِ مثبت را در توجه زنان به مدیریت بدن داشته‌اند.

از جمله عوامل دیگری که زمینه را برای چاقی افراد و گرایش آنها به جراحی‌های زیبایی فراهم می‌کند، پذیرش اجتماعی ورزش است. به‌طور کلی، افراد به ورزش به‌عنوان وسیله‌ای برای کاهش یا افزایش وزن (به‌ویژه برای مناسبت‌های خاص) نگاه می‌کنند و انتظار دارند که ورزش در کوتاه‌ترین زمان ممکن به لاغری منجر شود. به همین دلیل، آن‌ها

ساعت‌های زیادی را به ورزش سخت و رژیم‌های غذایی متنوع اختصاص می‌دهند. اما هنگامی که به نتیجه‌ای نمی‌رسند، از ورزش خسته و ناامید می‌شوند و آن را کنار می‌گذارند. ورزش برای آن‌ها به‌عنوان یک فرهنگ نهادینه نشده است که به‌طور مداوم برای حفظ سلامتی یا تخلیه انرژی انجام شود. براتلو و خودی (۱۳۹۵) نشان دادند که زنان از فعالیت‌های ورزشی و پیاده‌روی به‌عنوان ابزاری برای کنترل و مدیریت بدن خود استفاده می‌کنند.

امروزه، عادات غذایی و فرهنگ تغذیه در ایران تحت تأثیر نفوذ رسانه‌ها و گسترش فست‌فودها تغییر کرده است. زندگی شهری و کمبود وقت باعث شده است که مردم ترجیح دهند از غذاهای آماده، نیمه‌آماده و تنقلات استفاده کنند. این نوع غذاها معمولاً حاوی چربی‌های اشباع‌شده و مقدار زیادی نمک هستند (کلیر، ۲۰۱۹)، که می‌تواند به افزایش وزن، تغییرات بدنی و نارضایتی از بدن منجر شود. با وجود آگاهی از اینکه این نوع تغذیه به چاقی و مشکلات مرتبط با آن می‌انجامد، افراد به دلیل عادت به این غذاها و تأثیرات فوری مثبت آن‌ها (احساس خوش‌حالی و آرامش)، همچنان به مصرف آن‌ها ادامه می‌دهند (کلیر، ۲۰۱۹). علاوه‌براین، بسیاری از غذاهای فرآوری‌شده به‌طور خاص برای جلب توجه و تحریک احساسات مصرف‌کنندگان طراحی شده‌اند. این غذاها با ترکیبات جذاب و طعم‌های متنوع، مغز را تحریک کرده و ولع غذایی را افزایش می‌دهند (کلیر، ۲۰۱۹). بنابراین، اگر فرهنگ و عادات غذایی افراد تغییر کند و به سمت غذاهای سالم‌تر و کم‌کالری‌تر برود، می‌توان آسان‌تر از چاقی جلوگیری کرد و یا با ورزش به اندام ایده‌آل دست یافت. این نتیجه با یافته‌های حسنیان و همکاران (۱۴۰۱)؛ قاسم‌فام و عرفان (۱۴۰۲)؛ گلابی و همکاران (۱۳۹۵)؛ ابرقوئی و همکاران (۱۳۹۹)؛ مهرابیان و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد.

اگر افراد رژیم غذایی سالمی نداشته باشند و ورزش نکنند، ممکن است برای تخلیه انرژی به مصرف بیش از حد غذا، تنقلات و مشروبات الکلی روی آورند، که این رفتار از فرهنگ غربی تأثیر گرفته است. این عادت می‌تواند ولع به خوردن را به ویژه در مواقع استرس و ناراحتی افزایش دهد. زیرا این مواد سیستم پاداش بدن را تحریک کرده و احساس خوشحالی موقتی ایجاد می‌کنند (کلیر، ۲۰۱۹). در نهایت، این عادات منجر به چاقی، عدم رضایت از بدن و تمایل به جراحی زیبایی می‌شود. این مسائل در تحقیقات

قاسم‌فام و عرفان (۱۴۰۲)، ابرقوئی و همکاران (۱۳۹۹) و هسو (۲۰۲۳) نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

همچنین هنگامی که افراد در مهمانی‌ها، به‌ویژه در باغ‌ها، شرکت می‌کنند به علت وجود انواع فست‌فود و یا مشروبات الکلی و استفادهٔ اکثر افراد داخل مهمانی از آنها، زنان نیز به خوردن نوشیدنی‌های الکلی و فست‌فود تمایل پیدا می‌کنند. در نتیجه این مسئله منجر به افزایش اشتها و چاقی می‌شود. علاوه‌بر این، زنانی که سیگار را ترک کرده‌اند، به‌دلیل بهبود احساس چشایی، غذاها را خوشمزه‌تر می‌یابند و میل بیشتری به غذا خوردن پیدا می‌کنند (تسنیم، ۱۳۹۴). این امر می‌تواند منجر به افزایش وزن و در نهایت تمایل به جراحی زیبایی شود.

یکی دیگر از عوامل مؤثر در نارضایتی از بدن و تمایل به جراحی زیبایی، تغییر الگو و فرهنگ پوشش است. رسانه‌ها، مد و حساسیت‌های مربوط به حجاب در کشور، تغییراتی در فرهنگ پوشش ایجاد کرده‌اند. در سال‌های اخیر، با رواج نیم‌تنه، تاپ، شلوارهای تنگ و ساپورت، زنان تمایل بیشتری به استفاده از این لباس‌ها پیدا کرده‌اند (گایزوایت، ۲۰۱۹؛ رضائی، ۱۳۹۲). این تغییرات به تدریج و بدون آگاهی مستقیم افراد، صورت می‌گیرد؛ به طوری که لباس‌ها در هر بار عرضه به بازار، تنگ‌تر و کوچک‌تر می‌شوند. زنان هنگام خرید لباس متوجه می‌شوند که سایز قبلی لباس‌هایشان دیگر مناسب نیست و این مسئله به مرور آن‌ها را به این فکر می‌اندازد که مشکل از بدنشان است (گایزوایت، ۲۰۱۹). از طرفی به دلیل مسائل و حساسیت‌های پیش آمده در حوزه‌ی حجاب در کشور، برخی از زنان تمایل کمتری به حجاب در جامعه پیدا کرده‌اند. بنابراین به دلایل مذکور، بدن در حال خارج شدن از حالت پوشیدگی می‌باشد و اهمیت ایده‌آل، زیبا و یا طبق استاندارد بودن بدن، افزایش پیدا می‌کند.

در این میان رسانه‌ها نیز نقش بسیار پررنگی را بازی می‌کنند. در کودکی رسانه ها (کارتون‌ها و شخصیت‌های کارتونی لاغر آنان)، استانداردهای بدن ایده‌آل را در ذهن کودکان می‌کارند و به آنان می‌آموزند که این بدن، مورد قبول افراد جامعه است و به شکل غیرمستقیم باعث جلب توجه اطرافیان می‌شود. این نگرش توسط کودکان وارد فرهنگ جامعه می‌شود و آن را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. زیرا آیندهٔ یک کشور توسط کودکان ساخته می‌شود (باران و دیویس، ۲۰۱۷: ۲۶۸–۲۶۵؛ هانت، ۱۳۹۱). از طرفی در بزرگسالی نیز رسانه با نمایش فیلم‌ها و تبلیغاتی که در آن زنان دارای بدنی لاغر هستند، مخاطبین را به

داشتن بدنی لاغر و ایده‌آل در جهت کسب توجه، پایگاه اجتماعی و داشتن یک هویت اجتماعی محبوب و مطلوب، تشویق و ترغیب می‌کند. تأثیر رسانه‌ها بر تصور و نارضایتی زنان از بدن خود، با نتیجهٔ تحقیق باقری و همکاران (۱۴۰۱)، طالبی‌دلیر (۱۴۰۲) و ادهمی و امامی (۱۴۰۰) همسو می‌باشد.

در ادامه، این ارزش‌ها علاوه‌براینکه عادی‌سازی می‌شوند و به درون فرهنگ راه پیدا می‌کنند (سوسنُوسکیخ و کورنین، ۲۰۲۱)، میزان اهمیت و حساسیت زنان بر بدن‌شان را هم بیشتر می‌کنند. این مسئله بخصوص برای زنان دهه ۵۰ و ۶۰ پررنگ‌تر می‌باشد. زیرا زن برتر و ترویج شده در این دهه‌ها ، به عنوان زنی پوشیده در حجاب که در جریان تحولات سیاسی اجتماعی، نقش اجتماعی زن- مادر و مسلمان انقلابی را در حوزه عمومی بازی می‌کند، در فرهنگ بازتولید می‌شود (شفیعی و حسینی‌فر، ۱۴۰۳). در حالی که امروزه با توجه به ارزش‌های بیان شده و درونی‌شده در فرهنگ، ارزش‌های زنان دست‌خوش تغییر شده و به سمت بدن و خود، معطوف شده است. با توجه به این یافته‌ها، رستگارخالد و کاوه (۱۳۹۲)؛ دی گستو و همکاران (۲۰۲۲)؛ کلانترهرمزی و همکاران (۲۰۱۸)؛ سوسنُوسکیخ و کورنین، (۲۰۲۱)؛ وو و همکاران (۲۰۲۲)؛ باصری و همکاران (۱۴۰۱)؛ به فرهنگ ظاهرگرایی و عادی‌سازی به عنوان عوامل مؤثر در گرایش به جراحی زیبایی و پارک و همکاران (۲۰۰۹)؛ به حساسیت و توجه بیشتر زنان به بدن به‌علت عوامل فرهنگی ذکر شده، توجه کرده‌اند.

این ارزش‌ها می‌توانند ناهماهنگی شناختی را در زنان ایجاد کنند. بدین‌معنا که وجود ارزش‌هایی مبنی‌بر بهتر بودن یا نقص داشتن بدن فعلی با آگاهی و اعتقاد قبلی زن (بی نقص بودن بدن) ناسازگاری دارند (باران و دیویس، ۲۰۱۷: ۱۶۲). این موضوع بر اعتماد به نفس زن، نوع نگرش و تصور خود از بدنش تأثیر گذاشته و به همین علت زن به تکاپو می‌افتد تا آگاهی قبلی خود (بی نقص بودن بدن) را با آگاهی فعلی (نقص داشتن بدن) سازگار کند. پارک و کیم (۲۰۱۵) در یافته‌های خود به تأثیر ناهماهنگی شناختی در گرایش به جراحی زیبایی دست یافته‌اند.

در این راستا، فرهنگ ایده‌آل‌گرایی به تدریج ایجاد و گسترش یافته است (پارک و پارک، ۲۰۱۷) و در مواقعی که افراد به مناسبت‌های خاص نزدیک می‌شوند، این فرهنگ و نیاز به بدنی ایده‌آل، شدت بیشتری پیدا می‌کند. زیرا بدن ایده‌آل وسیله‌ای برای کسب ارزش‌های اجتماعی، بخشی از هویت اجتماعی و ابراز وجود به شمار می‌آید. این امر

می‌تواند به "کالایی شدن بدن" منجر شود، به‌طوری که افراد به‌جای تمرکز بر ارزش‌ها و ویژگی‌های شخصی، به‌دنبال دستیابی به بدن ایده‌آل جهت کسب موقعیت‌های اجتماعی بهتر در آینده می‌باشند. این موضوع می‌تواند کلیشه‌های جنسیتی را هم تقویت کند. این یافته‌ها با مطالعات فردولی و ورتانیان (۲۰۱۶)؛ جمال و محمد (۲۰۲۳)؛ طالبی‌دلیر (۱۴۰۲) همسو است. پزشکان نیز از رسانه‌ها و فرصت‌های ایجاد شده برای کسب درآمد بیشتر و تقویت کسب‌وکار خود بهره‌برداری می‌کنند. پزشکان با تولید محتوای خاص و ارائهٔ تخفیف‌های ویژه، علاوه‌بر ایجاد نارضایتی از بدن در ذهن مخاطبان، آنها را به انجام عمل‌های زیبایی به عنوان تنها راه موفقیت تشویق می‌کنند. به عبارت دیگر، پزشکان خواسته‌های خود را با خواسته‌های مخاطبان هماهنگ می‌کنند (کلیر، ۲۰۱۹). به همین دلیل، فرهنگ رسانه‌ای و سواد استفاده صحیح از رسانه اهمیت زیادی پیدا می‌کند. در مطالعهٔ ساسان‌فر و همکاران (۲۰۲۴) به این مسئله اشاره شده است. همچنین، بازاریاب‌ها و منشی‌های مطب‌ها و کلینیک‌ها، با دریافت پورسانت از پزشکان، از طریق انتشار تصاویر بدن زنان و ارائه تخفیف‌ها، مخاطبان را به جراحی‌های زیبایی ترغیب کرده و با اصرار و پیگیری مداوم، آنها را به سمت این جراحی‌ها سوق می‌دهند.

علاوه‌بر رسانه‌ها، دوستان نیز نقش قابل توجهی در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با نارضایتی از بدن و تمایل به جراحی زیبایی دارند. هنگامی که تعداد دوستان کمتر و روابط صمیمانه‌تر باشد، این دوستان به عنوان گروه مرجع عمل می‌کنند و بیشترین تأثیر را بر فرد می‌گذارند (ماترا و همکاران، ۲۰۱۳؛ سلمانی و همکاران، ۱۴۰۲). در این شرایط، اگر دوستان به تغییر اندام خود اقدام کنند یا جراحی زیبایی را به فرد پیشنهاد دهند، احتمال گرایش فرد به تغییر بدن و انجام جراحی زیبایی افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، اگر یکی از دوستان وزن کم کند، احتمال لاغر شدن دوست دیگر نیز در حدود یک سوم موارد وجود دارد. دوستان و حتی خانواده، نوعی فشار اجتماعی نامحسوس ایجاد می‌کنند که افراد را به سمت انتخاب‌های مشابه سوق می‌دهد (کلیر، ۲۰۱۹: ۱۰۹). خدادادی‌سنگده، رنجی و رضایی‌آهوانویی (۱۳۹۹) نیز به تأثیر گروه همسالان و دوستان، و همچنین مدل‌های رسانه‌ای به عنوان عوامل فرهنگی مؤثر در گرایش به جراحی زیبایی اشاره کرده‌اند. علاوه‌بر دوستان، مشاهدهٔ نتایج جراحی زیبایی انجام شده توسط اطرافیان و همکاران نیز می‌تواند بر تصمیم‌گیری فرد برای اقدام به جراحی تأثیرگذار باشد. افشارکهن و زمانی (۱۳۹۸) در مطالعات خود به اهمیت و تأثیر دوستان و اطرافیان توجه کرده‌اند.

فرهنگ کار یکی دیگر از عواملی است که در ایجاد نارضایتی و یا تصمیم به عمل جراحی در زنان شاغل تأثیرگذار است. افرادی که در یک سازمان با هم کار می‌کنند، دارای اعتقادات، باورها، ارزشها و هنجارهای مشترکی هستند که در مجموع فرهنگ آن سازمان را شکل می‌دهند (غضنفری و همکاران، ۱۴۰۲). حال با توجه به اینکه در جامعه و فرهنگ باورها و ارزش‌های افراد به سمت لاغری و داشتن اندام ایده‌آل پیش رفته است، این باورها در فرهنگ سازمان نیز نفوذ می‌کند. افراد درون سازمان به لاغری و ظاهر خود اهمیت بسیاری می‌دهند و این اهمیت را به همکاران خود منتقل می‌کنند (کیم، ۲۰۰۳). در نتیجه افرادی که در سازمان اندام ایده‌آل را ندارند و یا لاغر نیستند، نسبت به بدن خود حساس و یا حتی ناراضی می شوند و به سمت جراحی زیبایی تمایل پیدا می‌کنند.

درنهایت، پس از انجام جراحی زیبایی به‌عنوان راهبردی برای از بین بردن نارضایتی از بدن، یکی از نتایجی که افراد با آن مواجه می‌شوند ناکامی است. افراد به‌علت فرهنگ تغذیه نادرست و عدم تحرک کافی، به‌تدریج به اندام قبلی خود بازمی‌گردند و عمل جراحی برای آنان بی‌نتیجه می‌شود.

پی‌نوشت‌ها

۱. لیپوساکشن، پیکرتراشی، بای‌پس، ابدومینوپلاستی، بزرگ کردن باسن و سینه، کوچک کردن سینه

۲. سورهٔ نور، آیهٔ ۳۱.

۳. بحارالانوار، ج ۱۰۳، ص ۲۳۵.

۴. سورهٔ زخرف، آیهٔ ۱۸.

کتاب‌نامه

ابرقوئی فلاح‌زاده، حسین؛ کیقبادی، نعیمه؛ آزادی، ناهید؛ شاکری، مریم و علیزاده، راضیه. (۱۳۹۹). بررسی رابطه چاقی با فعالیت فیزیکی، رفتار تغذیه ای و تماشای تلویزیون در دانش آموزان ۱۴ – ۱۲ ساله شهر یزد. طلوع بهداشت، ۱۹(۴)، ۷۶–۸۹. doi:10.18502/tbj.v19i4.4522

ادهمی، عبدالرضا و امامی، مونا. (۱۴۰۰). بررسی رابطه احساس ترس از خیانت همسر و مدیریت بدن در زنان متاهل تهران. علوم اجتماعی، ۱۵(۳)، ۲۳–۲۱.

اعتمادی‌فرد، سیدمهدی و امانی، ملیحه. (۱۳۹۲). مطالعه جامعه شناختی انگیزه زنان از گرایش به جراحی های زیبایی. پژوهشنامه زنان، ۴، ۱–۲۲.

افشارکهن، جواد و زمانی، زهرا. (۱۳۹۸). پزشکی شدن زیبایی و سبک های هویّتی. مطالعات فرهنگ – ارتباطات، ۲۰(۴۸)، ۱۶۷–۲۰۴.

بابایی‌فرد، اسداله؛ منصوریان‌راوندی، فاطمه و ذوالفقاری، نفیسه. (۱۳۹۵). عوامل اجتماعی – فرهنگی مؤثر در مدیریت بدن در میان زنان شهر کاشان. مطالعات راهبردی زنان، ۱۸(۷۱)، ۵۹–۸۳. doi:10.22095/jwss.2016.33829

باران، استنلی جی و دیویس، دنیس ک. (۲۰۱۷). *نظریه‌های ارتباطات جمعی*. ترجمه تکتم نماینده جورابچی. ج۲. مشهد: انتشارات مرندیز.

باصری، علی؛ فرزانه، سیما و موسوی‌مالکی، علی. (۱۴۰۱). مطالعه انسان‌شناسی مدیریت بدن زنان با تاکید برجراحی (بای‌پس معده) درمنطقه ۲ تهران. پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران، ۱۲(۲)، ۱۴۱–۱۶۲.

باقری، معصومه؛ کیانی، سارا و حزباوی، عزیز. (۱۴۰۱). مطالعه جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی (مورد مطالعه: زنان ۱۸ تا ۶۰ سال شهر اهواز). مطالعات جامعه شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق)، ۲۹(۱)، ۳۹۱–۴۲۸.

براتلو، فاطمه و خودی، مرجان. (۱۳۹۵). تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر نگرش زنان نسبت به بدن در شهر تهران. جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی ۷(۱)، ۵۰–۲۳.

بلند، حسن؛ انتظاری، مرجان و سعادت، سجاد. (۱۳۹۶). رابطه حمایت‌های اجتماعی ادراک‌شده از سوی خانواده و تاب‌آوری روانشناختی با خودکارآمدی تحصیلی در دانشجویان. راهبردهای آموزش در علوم پزشکی، ۱۰(۲)، ۱۱۵–۱۲۲.

تسنیم. (۱۳۹۴). آیا سیگار شما را چاق می‌کند؟. https://tn.ai/674211

حسنیان، غزاله؛ بنی‌هاشمی، سیدمحسن و سبحانی، عبدالرضا. (۱۴۰۱). تحلیل نحوهٔ بازنمایی غذا در برنامه های تغذیه ای تلویزیون داخلی. فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۳(۶۰)، ۱۴۹–۱۹۰.

خدادادی‌سنگده، جواد؛ رنجی، سولماز و رضایی‌آهوانویی، محسن. (۱۳۹۹). انگیزه های اقدام به جراحی‌های زیبایی در زنان متاهل: یک مطالعه ی کیفی. پوست و زیبایی، ۱۱(۱)، ۱۴–۲۷.

رستگارخالد، امیر و کاوه، مهدی. (۱۳۹۲). زنان و پروژه زیبایی (مطالعه معانی ذهنی عمل جراحی زیبایی). زن در توسعه و سیاست، ۱۱(۴)، ۴۵۳–۴۷۸.

رضائی، الهام. (۱۳۹۲). این‌جا ایران است با پوششی از همه‌جای دنیا. پیام زن، ۱۳۹۲(۲۶۳)، –.

سلمانی، فاطمه؛ کیانی، محمدرضا؛ اکبری‌بورنگ، محمد و طالبی‌زاده‌شوشتری، لیلا. (۱۴۰۲). نقش تصویر بدن دانشجویان دانشگاه بیرجند در استفاده از اینستاگرام. تعامل انسان و اطلاعات، ۱۰(۲)، ۵۸–۷۴. http://hii.khu.ac.ir/article-1-3123-fa.html

شفیعی، سمیه سادات و حسینی‌فر، سیده زهرا. (۱۴۰۳). زنان در جامعه پساانقلابی: نشانه شناسی اجتماعی تصاویر بزرگداشت روز زن در دهه شصت در ایران. جامعه شناسی فرهنگ و هنر، –. doi:10.22034/scart.2023.139087.1310

طالبی‌دلیر، معصومه. (۱۴۰۲). فراتحلیل عوامل روانشناختی- اجتماعی موثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران. فصلنامه فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده، ۱۸(۶۳)، ۴۹-۸۲.
https://cwfs.ihu.ac.ir/article_207851_7a231a653d733b92117f7e813b5c43a9.pdf

غضنفری، مهدی؛ شمس، امیر و جان‌نثاراحمدی، هدی. (۱۴۰۲). ارتباط فرهنگ سازمانی و مدیریت روابط با مشتریان با نقش میانجی کیفیت زندگی کاری کارکنان.

قاسم‌فام، معصومه و عرفان، امیرمحسن. (۱۴۰۲). سنخ‌شناسی مواجهه فرهنگی غرب با سبک تغذیه در ایران معاصر. مفصلنامه علمی مطالعات انقلاب اسلامی، ۲۰(۷۲)، ۱۱۳-۱۳۶.
http://enghelab.maaref.ac.ir/article-1-2148-fa.html

قاسمی، افسانه. (۱۳۹۶). مطالعهٔ کیفی نگرش و ادراکات زنان از بدن با تأکید بر جراحی‌های زیبایی. جامعه شناسی کاربردی، ۲۸(۴)، ۱۷۳-۱۹۴.

کاظمی‌رضایی، سیدعلی؛ حاتمیان، پیمان؛ وطن‌خواه‌امجد، فرزانه و پهلوان‌یوسفخانی، مهسا. (۱۴۰۱). رابطه ی بی نظمی هیجانی و افکار منفی تکرارشونده با نگرانی از تصویر بدن با توجه به نقش واسطه ای حمایت خانواده در زنان متقاضی جراحی زیبایی. نشریه روان پرستاری، ۱۰(۱)، ۱۸-۲۷.

کلیر، جیمز. (۲۰۱۹). *خرده عادت ها*. ترجمه زهرا صادقی.ج ۸۰. نشر میلکان.

کوزر، آلفردلوویس. (۲۰۱۳). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.

کوهی، کمال و علیزاده، مهستی. (۱۳۹۲). مدل سازی علل گرایش زنان به جراحی زیبایی با کاربرد نرم افزار Lisrel (تحقیقی در حوزه جامعه شناسی پزشکی). مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ایلام، ۲۱(۶)، ۸۷-۹۵.

کیوان‌آرا، محمود؛ قربانی، رسول و ژیان‌پور، مهدی. (۱۳۸۹). قشربندی اجتماعی و اصلاح بدن: جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی. مطالعات راهبردی زنان، ۱۲(۴۷)، ۷۳-۹۸.

گایزوایت، کتی. (۲۰۱۹). *پنجاه چیزی که تقصیر من نیست*. ترجمه سونیا سینگ. ج۴. تهران: انتشارات مجید.

گلابی، فاطمه؛ آقایاری‌هیر، توکل و ساعی، مرضیه. (۱۳۹۵). نقش رسانه در رفتارهای تغذیه‌ای و زمینه اجتماعی مرتبط با آن مورد مطالعه: شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تبریز. جامعه شناسی کاربردی، ۲۷(۱)، ۲۷-۴۲. doi:10.22108/jas.2016.20479

گیدنز، آنتونی. (۲۰۲۰). *جامعه شناسی*. ترجمه حسن چاوشیان.ج۱۸. تهران: نشر نی.

لک، آزاده. (۱۳۹۳). کاربرد نظریه زمینه ای در پژوهش های طراحی شهری. صفه، ۲۴(۱)، ۴۳-۶۰.

محمدپناه‌اردکان، عذرا؛ یعقوبی، حسن و یوسفی، رحیم. (۱۳۹۲). عوامل پیش بینی کننده ی جستجوی جراحی زیبایی. مجله اصول بهداشت روانی، ۱۵(۶۰)، ۲۴۳-۲۵۳. doi:10.22038/jfmh.2013.2018

محمدی، زکیه. (۱۴۰۰). نقش پدر و مادر در پرورش و تربیت فرزندان. پژوهشنامه اورمزد، ۵۷(ب).

مفاخری، عبدالله؛ اشرفی‌فرد، سمیه و خرمی، محمد. (۱۴۰۰). مدل ساختاری رابطه بین نگرانی از تصویر بدن و باورهای وسواسی با مدیریت بدن در افراد متقاضی جراحی زیبایی. روانشناسی سلامت، ۱۰(۳۸)، ۱۲۱-۱۴۰.

مهرابیان، فردین؛ امیدی، سعید؛ مهدوی‌روشن، مرجان و میرزایی، معصومه. (۱۳۹۴). همبستگی رفتار تغذیه ای با اضافه وزن و چاقی دختران دانش آموز ابتدایی شهر انزلی. مجله سلامت و بهداشت، ۹(۳)، ۲۹۱-۳۰۱.

موسوی‌زاده، سیدمهدی؛ نیازی، فیض‌الله؛ کلانترهرمزی، عبدالجلیل؛ فدایی‌نایینی، علیرضا و نصری‌لاری، مهدی. (۱۳۸۸). ارزیابی گرایش و انگیزه های بیماران زن در جراحیهای زیبایی. مجله پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، ۱۴(۶)، ۳۱۸-۳۲۳.

نویدنیا، منیژه و شاملو، ابراهیم. (۱۳۹۷). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر همسرآزاری با تأکید بر نقش نظام مردسالاری در خانواده. زن در توسعه و سیاست، ۱۶(۱)، ۱۳۱-۱۴۷.
doi:10.22059/jwdp.2018.238552.1007244

هانت، پیتر. (۱۳۹۱). دیدگاه های نظری و انتقادی در ادبیات کودکان. ترجمه علیرضا کرمانی و علیرضا ابراهیم آبادی.تهران: انتشارات آرون.

وظیفه‌شناس، فاطمه؛ رحمتی، محمدمهدی و حلاج‌زاده، هدی. (۱۳۹۹). برساخت زیبایی بدن زنانه (مطالعهٔ موردی: زنان شهر رشت). زن در توسعه و سیاست، ۱۸(۲)، ۱۷۳-۱۹۳.

Abraqouei Fallahzadeh, Hossein; Keyghobadi, Naeimeh; Azadi, Nahid; Shakeri, Maryam; and Alizadeh, Razieh. (2020). "The Relationship Between Obesity, Physical Activity, Eating Behavior, and Watching Television in 12–14-Year-Old Students in Yazd City." *Toloo-e Behdasht, 19(4)*, 76-89. doi:10.18502/tbj.v19i4.4522 [in Persian]

Adhami, Abdolreza; and Emami, Mona. (2021). "The Relationship Between Fear of Spousal Infidelity and Body Management Among Married Women in Tehran." *Social Sciences, 15(3)*, 21-23. [in Persian]

Afshar Kohan, Javad; and Zamani, Zahra. (2019). "The Medicalization of Beauty and Identity Styles." *Cultural-Communication Studies, 20(48)*, 167-204. [in Persian]

Babaeifard, Asadollah; Mansourian Ravandi, Fatemeh; and Zolfaghari, Nafiseh. (2016). "Socio-Cultural Factors Influencing Body Management Among Women in Kashan City." *Women's Strategic Studies, 18(71)*, 59-83. doi:10.22095/jwss.2016.33829 [in Persian]

Bagheri, Masoumeh; Kiani, Sara; and Hezbavi, Aziz. (2022). "A Sociological Study of Factors Influencing the Tendency Toward Cosmetic Surgery (Case Study: Women Aged 18–60 in Ahvaz)." *Sociological Studies, 29(1)*, 391-428. [in Persian]

Baran, Stanley J.; and Davis, Dennis K. (2017). *Mass Communication Theory*. Translated by Takhtam Namayandeh Joorabchi. Vol. 2. Mashhad: Marandiz Publications. [in Persian]

Baratloo, Fatemeh; and Khodi, Marjan. (2016). "The Influence of Cultural and Social Factors on Women's Attitudes Toward Their Bodies in Tehran." *Cultural Sociology Research, Institute for Humanities and Cultural Studies, 7(1)*, 23-50. [in Persian]

Baseri, Ali; Farzaneh, Sima; and Mousavi Maleki, Ali. (2022). "Anthropological Study of Body Management Among Women With a Focus on Bariatric Surgery in District 2 of Tehran." *Iranian Anthropology Research, 12(2)*, 141-162. [in Persian]

Boland, Hasan; Entazari, Marjan; and Saadat, Sajjad. (2017). "The Relationship Between Perceived Family Social Support, Psychological Resilience, and Academic Self-Efficacy in Students." *Educational Strategies in Medical Sciences, 10(2)*, 115-122. [in Persian]

Clear, James. (2019). *Atomic Habits*. Translated by Zahra Sadeghi. Vol. 80. Milkan Publishing. [in Persian]

Corbin, Juliet and Strauss, Anselm. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*: Sage publications.

Coser, Alfred Lewis. (2013). *Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context*. Translated by Mohsen Salasi. Tehran: Elmi Publications. [in Persian]

Di Gesto, Cristian؛ Nerini, Amanda؛ Policardo, Giulia Rosa and Matera, Camilla. (2022). Predictors of acceptance of cosmetic surgery: Instagram images-based activities, appearance comparison and body dissatisfaction among women. *Aesthetic Plastic Surgery*, 1-11 .

Etemadifard, Seyyed Mehdi; and Amani, Maliheh. (2013). "A Sociological Study of Women's Motivations for Undergoing Cosmetic Surgery." *Women's Research Journal, 4*, 1-22. [in Persian]

Fardouly, Jasmine و Vartanian, Lenny R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current opinion in psychology, 9, 1-5.

Ghasemfam, Masoumeh; and Erfan, Amir Mohsen. (2023). "Typology of Western Cultural Interaction With Dietary Styles in Contemporary Iran." *Scientific Journal of Islamic Revolution Studies, 20(72)*, 113-136. Retrieved from http://enghelab.maaref.ac.ir/article-1-2148-fa.html. [in Persian]

Ghasemi, Afsaneh. (2017). "A Qualitative Study on Women's Attitudes and Perceptions of the Body With a Focus on Cosmetic Surgery." *Applied Sociology, 28(4)*, 173-194. [in Persian]

Ghazanfari, Mehdi; Shams, Amir; and Jannesar Ahmadi, Hoda. (2023). "The Relationship Between Organizational Culture and Customer Relationship Management With the Mediating Role of Employees' Quality of Work Life." [in Persian]

Giddens, Anthony. (2020). *Sociology.* Translated by Hasan Chavoshian. Vol. 18. Tehran: Ney Publications. [in Persian]

Golabi, Fatemeh; Aghayari-Hir, Tavakkol; and Saei, Marzieh. (2016). "The Role of Media in Nutritional Behaviors and Its Social Context: A Study of Citizens Over 15 Years Old in Tabriz." *Applied Sociology, 27(1)*, 27-42. doi:10.22108/jas.2016.20479. [in Persian]

Guisewite, Cathy. (2019). *Fifty Things That Aren't My Fault*. Translated by Sonia Singh. Vol. 4. Tehran: Majid Publications. [in Persian]

Hasanian, Ghazaleh; Bani-Hashemi, Seyyed Mohsen; and Sobhani, Abdolreza. (2022). "Analysis of the Representation of Food in Nutrition Programs on Iranian Domestic Television." *Quarterly Journal of Culture and Communication Studies, 23(60)*, 149-190. [in Persian]

Hsu, Gerald C. (2023). Quantitative Evidence of Benefit on Longevity from the Traditional Medicine Practice of Lifestyle Management Using Collected Data from Y2014 to Y2022 While Applying the Space-Domain Energy Model of Viscoplastic Medicine Theory Based On Gh-Method: Math-Physical Medicine. *Journal of Traditional Medicine and Chinese Medicine,* 1(1), 1-6.

Hunt, Peter. (2012). *Theoretical and Critical Perspectives in Children's Literature*. Translated by Alireza Kermani and Alireza Ebrahim Abadi. Tehran: Aron Publications. [in Persian]

ISAPS, International Society of Aesthetic Plastic Surgery. (2020). ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures. Retrieved from https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/reports-and-press-releases/global-survey-2022-full-report-and-press-releases/

Jamal, Fatima Salah and Mohammed, Awfa Hussien. (2023). Revisiting Cinderella: Breaking the Stereotypical Beauty Standards. *Migration Letters, 20*(S5), 1069-1086 .

Kalantar Hormozi, Abdoljalil؛Maleki, Simin؛Rahimi, Abolfazl؛Manafi, Ali و Amirizad, Seyed Javad. (2018). Cosmetic surgery in Iran: sociodemographic characteristics of cosmetic surgery patients in a large clinical sample in Tehran. *The American journal of cosmetic surgery, 35*(4), 177-182 .

Kazemi-Rezaei, Seyyed Ali; Hatamian, Peyman; Vatan-Khah Amjad, Farzaneh; and Pahlavan-Yousefkhani, Mahsa. (2022). "The Relationship Between Emotional Dysregulation, Repetitive Negative Thoughts, and Body Image Concerns Mediated by Family Support in Women Seeking Cosmetic Surgery ." *Journal of Mental Health Nursing, 10(1)*, 18-27. [in Persian]

Keyvan-Ara, Mahmoud; Ghorbani, Rasoul; and Zhiyanpour, Mehdi. (2010). "Social Stratification and Body Modification: Cosmetic Surgery as a Symbol of Social Status." *Strategic Studies on Women, 12(47)*, 73-98. [in Persian]

Khodadadi Sangdeh, Javad; Ranji, Solmaz; and Rezaei Ahvanoi, Mohsen. (2020). "Motivations for Undergoing Cosmetic Surgery in Married Women: A Qualitative Study." *Skin and Beauty, 11(1)*, 14-27. [in Persian]

Kim, Taeyon. (2003). Neo-Confucian body techniques: Women's bodies in Korea's consumer society. *Body & Society, 9*(2), 97-113 .

Kouhi, Kamal; and Alizadeh, Mahasti. (2013). "Modeling the Causes of Women's Tendency Toward Cosmetic Surgery Using Lisrel Software (A Study in Medical Sociology)." *Scientific Research Journal of Ilam University of Medical Sciences, 21(6)*, 87-95. [in Persian]

Lak, Azadeh. (2014). "The Application of Grounded Theory in Urban Design Research." *Soffeh, 24(1)*, 43-60. [in Persian]

Mafakheri, Abdollah; Ashrafifard, Somayeh; and Khorrami, Mohammad. (2021). "Structural Model of the Relationship Between Body Image Concerns, Obsessive Beliefs, and Body Management in Individuals Seeking Cosmetic Surgery." *Health Psychology, 10(38)*, 121-140. [in Persian]

Matera ,Camilla ؛Nerini, Amanda and Stefanile, Cristina. (2013). The role of peer influence on girls' body dissatisfaction and dieting. *European Review of Applied Psychology, 63*(2), 67-74 .

Mehrabian, Fardin; Omidi, Saeed; Mahdavi Roshan, Marjan; and Mirzaei, Masoumeh. (2015). "The Correlation Between Nutritional Behavior and Overweight and Obesity in Elementary School Girls in Anzali." *Journal of Health and Hygiene, 9(3)*, 291-301. [in Persian]

Mohammadi, Zakieh. (2021). "The Role of Parents in Raising and Educating Children." *Ormazd Research Journal, 57(B)*. [in Persian]

Mohammadpanah Ardakan, Ozra; Yaghubi, Hasan; and Yousefi, Rahim. (2013). "Predictors of Seeking Cosmetic Surgery." *Journal of Fundamentals of Mental Health, 15(60)*, 243-253. doi:10.22038/jfmh.2013.2018. [in Persian]

Morgan, Ashley. (2010). Evaluating Risk and Pain in Elective Cosmetic Surgery. In *Illness, Bodies and Contexts: Interdisciplinary Perspectives* (pp. 217-225): Brill.

Mousavizadeh, Seyyed Mehdi; Niazi, Feyzollah; Kalantar Hormozi, Abdoljalil; Fadaei Nayini, Alireza; and Nasri Lari, Mahdi. (2009). "Evaluation of Trends and Motivations of Female Patients in Cosmetic Surgeries." *Research Journal of Shahid Beheshti University of Medical Sciences, 14(6)*, 318-323. [in Persian]

Navidnia, Manijeh; and Shamloo, Ebrahim. (2018). "Social Factors Influencing Domestic Violence With an Emphasis on Patriarchal Systems in Families." *Women in Development and Politics, 16(1)*, 131-147. doi:10.22059/jwdp.2018.238552.1007244. [in Persian]

Park, Bock Soon and Kim, Joo Hyun. (2015). Structural Equation Modeling Intention of Revision Facial Cosmetic Surgery in Female College Students. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, 16*(12), 8707-8718 .

Park, Lora E ؛Calogero, Rachel M ؛Harwin, Melissa J and DiRaddo, Ann Marie. (2009). Predicting interest in cosmetic surgery: Interactive effects of appearance-based rejection sensitivity and negative appearance comments. *Body Image, 6*(3), 186-193 .

Park, Sung-Yeon and Park, SangHee. (2017). Professionalism and commercialism on cosmetic surgeons' websites. *Health Communication, 32*(7), 872-879 .

Rastegar Khaled, Amir; and Kaveh, Mahdi. (2013). "Women and the Beauty Project (A Study of Subjective Meanings of Cosmetic Surgery)." *Women in Development and Politics, 11(4)*, 453-478. [in Persian]

Rezaei, Elham. (2013). "This Is Iran, With a Blend of Clothing Styles From Around the World." *Payam-e-Zan, 1392(263)*. [in Persian]

Salmani, Fatemeh; Kiani, Mohammad Reza; Akbari-Boorang, Mohammad; and Talebi-Zadeh Shoushtari, Leila. (2023). "The Role of Students' Body Image at Birjand University in Using Instagram." *Human-Information Interaction, 10(2)*, 58-74. Retrieved from http://hii.khu.ac.ir/article-1-3123-fa.html. [in Persian]

Sasanfar, Tayebeh ؛Maasoumi, Raziyeh ؛Ataei, Mina ؛Haghani, Shima and Nekoolaltak, Maryam. (2024). Comparative Investigation of Genital Self-image and Sexual Function in Women with

and Without a History of Female Genital Cosmetic Procedures: A Cross-sectional Study. *International Journal of Community Based Nursing and Midwifery, 12*(2), 121 .

Shafiei, Somayeh Sadat; and Hosseini-Far, Seyyedeh Zahra. (2024). "Women in Post-Revolutionary Society: A Semiotic Analysis of Women's Day Commemoration Images in the 1980s in Iran." *Cultural and Artistic Sociology*. doi:10.22034/scart.2023.139087.1310 [in Persian]

Sosnovskikh, Sergey and Cronin, Bruce. (2021). The effects of culture, attitudes and perceptions on industrial cluster policy: The case of Russia. *Competition & Change, 25*(3-4), 350-381 .

Talebi Delir, Masoumeh. (2023). "A Meta-Analysis of Psychological and Social Factors Influencing the Tendency Toward Cosmetic Surgery in Iran." *Cultural-Educational Quarterly on Women and Family, 18(63)*, 49-82. Retrieved from https://cwfs.ihu.ac.ir/article_207851_7a231a653d733b92117f7e813b5c43a9.pdf. [in Persian]

Tasnim News Agency. (2015). "Does Smoking Make You Gain Weight?" Retrieved from https://tn.ai/674211. [in Persian]

Vazifeshenas, Fatemeh; Rahmati, Mohammad Mahdi; and Hallajzadeh, Hoda. (2020). "Constructing Female Body Beauty (Case Study: Women in Rasht)." *Women in Development and Politics, 18(2)*, 173-193. [in Persian]

Wu, Yi ؛Alleva, Jessica M and Mulkens, Sandra. (2020). Factor analysis and psychometric properties of the Chinese translation of the acceptance of cosmetic surgery scale. *Body Image, 33*, 244-256 .

Wu, Yi ؛Mulkens, Sandra and Alleva, Jessica M. (2022). Body image and acceptance of cosmetic surgery in China and the Netherlands: A qualitative study on cultural differences and similarities. *Body Image, 40*, 30-49 .

Wu, Yi ؛Mulkens, Sandra ؛Atkinson, Melissa J and Alleva, Jessica M. (2024). A Brief Online Cognitive Dissonance-Based Intervention to Reduce Consideration of Cosmetic Surgery and Improve Body Image Among Chinese Women. *Psychology of Women Quarterly, 48*(1), 80-92.