



Understanding the Lived Experience of Botoxed Women Using the Interpretive Phenomenological Approach

Mohammad Abbaszadeh^{1*}  Masomeh Vatandoust  Davood Ghasemzadeh² 

1. Academic Member of Urban-Rural Sociology Research Group, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran
2. PH.d student of economical sociology, University of Tabriz, Tabriz, Iran
3. Department of social science education, Farhangiyen University, Tehran, Iran.

* **Corresponding Author:** Mohammad abbaszadeh, E-mail: M-abbaszadeh@tabrizu.ac.ir.
ORCID: <https://orcid.org/0000-000348370329>

Received: 2019/10/08, **Revised:** 2021/03/02, **Accepted:** 2021/04/29

Abstract

This study aims to understand the lived experience of Botox-treated women through a qualitative interpretive phenomenological approach. Using in-depth interviews, data were collected from 17 women in Tabriz, Iran, who had undergone at least one Botox procedure. Participants were selected through purposive sampling, with interviews continuing to saturation (average duration: 60 minutes). Analysis revealed six core themes: pursuit of beauty/youth, social pressures/beauty norms, personal motivations/emotional well-being, regained self-confidence, limited risk awareness, and alternative perspectives. Some participants advocated for safer alternatives to achieve aesthetic goals. The findings reflect diverse emotional responses and cautions regarding cosmetic procedures.

Keyword: Botox injection, beauty perception, emotional well-being, beauty practice, phenomenology.

How to Cite: Abbaszadeh, M; Vatandoust, M; Ghasemzadeh, D. (2024). Understanding the Lived Experience of Botoxed Women Using the Interpretive Phenomenological Approach, *Journal of Sociology of Lifestyle*, 10(10), 71-93. [In Persian].



Extended Abstract

Background and Purpose

This research examines the lived experience of Botox-treated women through interpretive phenomenology. As cosmetic procedures proliferate, phenomenological perspectives become essential for understanding motivations and experiences. While substantial research exists on Botox use, few studies deeply explore women's personal experiences. This study addresses this gap, contributing to sociological knowledge by analyzing subjective experiences and socio-cultural factors influencing Botox use. Findings illuminate intersections between beauty standards, personal motivations, and emotional well-being. Current literature predominantly examines Botox from medical/psychological perspectives rather than social dimensions. Synthesizing theories on body image and beauty desire reveals how media imagery, cultural norms, and social pressures significantly shape women's beauty attitudes.

Materials and Methods

An interpretive phenomenological approach guided this qualitative study. In-depth interviews were conducted with 17 Botox-treated women in Tabriz, selected through purposive sampling (inclusion criterion: ≥ 1 Botox procedure). Interviews proceeded with participant consent until saturation (average 60 minutes). Credibility was ensured through member checking; referential adequacy (direct participant quotes) supported reliability.

Findings

Six themes emerged from analysis: Pursuit of beauty/youth; Social pressures/beauty norms; Personal motivations/emotional well-being; Regained self-confidence; Limited awareness of risks; and Alternative perspectives

Discussion

Participants reported limited knowledge about Botox risks, citing insufficient information, time constraints, and hasty decisions (theme: limited risk awareness). Most expressed satisfaction with Botox, recommending it for self-care and youth maintenance. However, some emphasized thorough research, professional consultation, and risk awareness. This indicates significant knowledge gaps, suggesting improved education about cosmetic procedures' consequences could enhance decision-making.

Conclusion

Participants' accounts reveal many underwent Botox due to social pressures and urgency to meet aesthetic ideals, often without adequate information. Some proceeded despite awareness of adverse effects, influenced by socially constructed beauty norms. Media and social networks substantially diminish personal autonomy in beauty decisions—a pattern equally applicable to Botox use.

Funding

This research received no specific grant from funding agencies.

Authors' Contributions

All authors contributed equally to manuscript preparation.



Conflicts of Interest

The authors declare no conflicts of interest.

Acknowledgement

We extend our deepest gratitude to the study participants.

References

- Azadeh Mafi, N., Nahidi, Y., Layegh, P.(2023). Quality of Life, Body Image and Personality Traits Among Women Receiving Botulinum Toxin Type a for Cosmetic Purposes. *Aesth Plast Surg* 47, 1542–1549 <https://doi.org/10.1007/s00266-022-03199-6>. [In Persian]
- Ashikali EM, Dittmar H, Ayers S. (2016). Adolescent girls' views on cosmetic surgery: A focus group study. *J Health Psychol* Jan;21(1):112-21. <https://doi.org/10.1177/1359105314522677>
- Abbaszadeh, M. (2012). A reflection on validity and reliability in qualitative research, *Journal of Applied Sociology*, year 23, number 45. (In Persian) https://jas.ui.ac.ir/article_18250.html
- Abazari Youssef, Hamidi Nafiseh, (2007). Sociology of the body and some conflicts, *Women's Research*,6(4);127-160. (In Persian) <https://www.sid.ir/paper/55488/fa>
- Bagheri, Masoumeh; Kiani, Sara; Hizbavi, Aziz (2021). Sociological study of factors affecting the tendency to cosmetic surgery, *Sociological Studies*, 29(1);391-428. [In Persian] <https://doi.org/10.22059/jsr.2022.88967>
- Bahar Mehri, Vakili Ghazi Jahani Mohammad Reza, (2018). Discourse analysis of facial cosmetic surgeries, women in development and politics (*Women's Research*), 9(1);63-92. [In Persian] https://jwdp.ut.ac.ir/article_22493.html?lang=en
- Bonell,S, Austen, E, Griffiths S (2022). Australian women's motivations for, and experiences of, cosmetic surgery: A qualitative investigation, *Body Image*, 41; 128-139. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.02.010>
- Banet-Weiser, S. (2023). *The Most Beautiful Girl in the World: Beauty Pageants and National Identity*. United States: University of California Press.
- Bradshaw Hannah K., Randi Proffitt Leyva, Syllis C.A. Nicolas, Sarah E. Hill, (2019), Costly female appearance-enhancement provides cues of short-term mating effort: The case of cosmetic surgery, *Personality and Individual Differences*, Volume 138, Pages 48-55, ISSN 0191-8869, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.09.019>.
- Brown KE, Kim J, Stewart T, Fulton E, McCarrey AC. Positive, but Not Negative, Self-Perceptions of Aging Predict Cognitive Function Among Older Adults. *Int J Aging Hum Dev*. 2021 Jul;93(1):543-561. doi: 10.1177/0091415020917681. Epub 2020 May 1. PMID: 32354222.
- Conrad, P. (2007) *The Medicalization of Society*. Johns Hopkins University Press: Baltimore.
- Danesh, Yunus (2015). Investigating the influencing factors on the tendency to cosmetic surgery among female students in Hormozgan University, *Bi quarterly journals of participation and social development*, 1(2);62-79. <https://doi.org/10.22084/csr.2022.25467.2042>
- De Beauvoir, Simone. (2015). *The Second Sex*. London, England: Vintage Classics.
- Enayat, H., & Mokhtari, M. (2019). Grounded theory about childhood socialization and women's body image: A case study of women undergone the rhinoplasty cosmetic surgery in Shiraz. *Social Psychological Studies of Women*, 7(1), 7-30. <https://doi.org/10.22051/JWSPS.2009.1347>



- Fatehi, A., & Ekhlesi, E. (2008). Body management and its relationship with social body acceptance: Case study of women in Shiraz. *Strategic Study of Women*, 11(41), 9-42. <https://doi.org/20.1001.1.20082827.1387.11.0.12.1>
- Ghalehbandi, M., & Afkham Ebrahimi, A. (2004). Personality patterns in cosmetic rhinoplasty patients. *International Journal of Psychiatry in Clinical Practice*, 9(4), 4-10. <http://ijpcp.iums.ac.ir/article-1-144-fa.html>
- Ho-Hong Ching Bobby, Teng Xu Jason, (2019). Understanding cosmetic surgery consideration in Chinese adolescent girls: Contributions of materialism and sexual objectification, *Body Image*, Volume 28, Pages 6-15, ISSN 1740-1445. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.001>.
- Jones, K., & Pitts, V. (2013). Botox as a cosmetic treatment: A visual and cultural analysis. *Journal of Aging Studies*, 27(4), 329-337.
- Kasnakoglu Berna Tari. (2021). Dynamic identities and self-perception of aging: The case of Turkish cosmetic surgery patients, *Journal of Aging Studies*, Volume 59, 100976, ISSN 0890-4065 , <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2021.100976>.
- Katz S & Gish J (2016). Aging in the Biosocial Order: Repairing Time and Cosmetic Rejuvenation in a Medical Spa Clinic, *The Sociological Quarterly*, 56:1, 40-61, DOI: 10.1111/tsq.12080.
- Kuczynski Alex,(2006). *Beauty Junkies: Inside Our \$15 Billion Obsession With Cosmetic Surgery*, Doubleday; First Edition (October 1, 2006).
- Khanzadeh M, Aghamohamadi S. Media use and the tendency for cosmetic surgery among young Iranian women: A structural model.(2023). *Journal of Fundamentals of Mental Health* 25(1): 59-67. <https://doi.org/10.22038/jfmh.2023.22119>
- Keivan Ara, M., Ismaili, R., Yasadi, F. (2009). The role of the family in internalizing cultural values in 14-18-year-old girls of Sheikh Fazl A. Nouri High School, Isfahan, *Sociology* 5(2) :115-128. (In Persian) <https://www.sid.ir/paper/185115/fa>
- Khaje Nouri B., Moghads A. (2008). The relationship between the perception of the body and the process of globalization, a case study: women in the cities of Tehran, Shiraz, and Esteban, *Isfahan University Humanities Research Journal* 20 (1) 1-24. [In Persian] <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20085745.1388.20.1.1.3>
- Mette Hermans Anne .(2022). Lifting, sculpting, and contouring: Implications of the blurred boundary between cosmetic procedures and ‘other’ beauty products/services, *Poetics*, Volume 90, ISSN 0304-422X, <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101610>.
- Mahmoudi, Yesri; Muhaddi Gilvai, Hassan (2016). Sociological study of the body industry: (qualitative study of the reasons and consequences of cosmetic surgeries of women living in Tehran). *Women in Development and Policy* 58(15): 523-547. [In Persian]
- Movahed, Majid, Ghafari Nasab, Esfandiar, Hosseini Maryam .(2009). Makeup and Social Life of Young Girls, *Women in Development and Politics (Women's Research)*. 8(1): 105-79.(In Persian)
- Mehrparvar, S. (2018). Phenomenology of body management patterns of female users on Instagram. *Satellite and New Media Studies* 20(2): 49-82. [In Persian] <https://doi.org/10.22034/ssys.2023.2446.2763>



- Ornella Evens, Sarah E. Stutterheim, Jessica M. Alleva, (2021). Protective filtering: A qualitative study on the cognitive strategies young women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram, *Body Image*, Volume 39, Pages 40-52, ISSN 1740-1445, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.002>.
- Rezaei, A., Inanko, M., Fakhri, M. (2010). Body management and its relationship with social factors/among Mazandaran University girls." *Women's Strategic Studies* 47(12): 141-170. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20082827.1389.12.0.16.6>
- Rafat Jah, M. (2007). Women's Human Identity in the Challenge of Makeup and Fashion, *Women's Strategic Studies (Women's Book)*, 10(38): 179-135. [In Persian] <https://doi.org/10.22051/jwfs.2024.43281.2966>
- Sower, Dream; Tekloi, Samia (2017). Comparison of appearance schema and emotional processing in people applying and not applying botox injection, *Journal of Ardabil University of Medical Sciences*, 18(3): 368-379. <http://dx.doi.org/10.29252/jarums.18.3.367>
- Sarwer David B., (2019). Body image, cosmetic surgery, and minimally invasive treatments, *Body Image*, 3:302-308.
- Stefanile, C., Nerini, A., & Matera, C. (2014). The factor structure and psychometric properties of the Italian version of the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale. *Body Image*, 11(4), 370-379. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.05.003>
- Sahib al-Zamani, Mohammad; Dalavaran, Firuzeh; Zahid Pasha, Bahare (2021). Self-esteem, satisfaction and attitude towards the durability of drug effect in people applying for Botox in selected clinics in Tehran. *Thought and Behavior in Clinical Psychology* 60(16): 91-101. [In Persian]
- Wolf, N. (2013). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women*. United Kingdom: Random House.
- Waldman, A., Maisel, A., Weil, A., Iyengar, S., Sacotte, K., Lazaroff, J. M., Kurumety, S., Shaunfield, S. L., Reynolds, K. A., Poon, E., Robinson, J. K., & Alam, M. (2019). Patients believe that cosmetic procedures affect their quality of life: An interview study of patient-reported motivations. *Journal of the American Academy of Dermatology*, 80(6), 1671-1681. <https://doi.org/10.1016/j.jaad.2018.10.037>
- Wu, Y., Mulkens, S., & Alleva, J. 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(3), 30-49. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.07.001>
- Zargaran, D. , Zargaran, A., Sousi, S., Knight, D., Cook, H., Woollard, A., Davies, J., Weyrich, T., Mosahebi, A. (2023). Quantitative and qualitative analysis of individual experiences post botulinum toxin injection - United Kingdom Survey, *Skin health and disease*, 3(5); 145-156. <http://dx.doi.org/10.1002/ski2.265>
- Zare, B. & Fallah, M. (2013). Investigating the lifestyle of young people in Tehran and the factors affecting it, *Far Cultural Research Quarterly*, 5(4), 75-105. [In Persian] <https://doi.org/10.7508/ijcr.2012.20.004>





SLS فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی

جامعه‌شناسی سبک زندگی



نوع مقاله: پژوهشی

فهم تجربه زیسته زنان بوتاکس کرده با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری

محمد عباس‌زاده^{۱*}، معصومه وطن دوست^۲، داود قاسم زاده^۳

۱. عضو گروه پژوهشی جامعه‌شناسی شهر و روستا، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی، دانشگاه تبریز تبریز، ایران

۳. گروه آموزش علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

*نویسنده مسئول: نام و نام خانوادگی: محمد عباس‌زاده ؛ (ایمیل: M-abbaszadeh@tabrizu.ac.ir)؛

(ارکید: <https://orcid.org/0000-000348370329>)

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۹

تاریخ اصلاح: ۱۳۹۹/۱۲/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۱۶

چکیده

هدف پژوهش حاضر، فهم تجربه زیسته زنان بوتاکس کرده با رویکرد کیفی و شیوه پدیدارشناسی تفسیری است. روش این پژوهش از نوع رویکرد کیفی و شیوه پدیدارشناسی تفسیری بوده و برای گردآوری اطلاعات از تکنیک مصاحبه عمیق استفاده شده است. مشارکت کنندگان ۱۷ نفر از زنان ساکن شهر تبریزند که حداقل یک‌بار تزریق بوتاکس را تجربه کرده‌اند. در پژوهش حاضر شرکت کنندگان بر اساس نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. معیار ورود مشارکت کنندگان به مطالعه، تجرب، حداقل یک بار عمل بوتاکس بود. مصاحبه‌ها با کسب رضایت کامل از مصاحبه‌شوندگان و تا زمان اشباع اطلاعاتی ادامه یافت. هر یک از مصاحبه‌ها به طور میانگین ۶۰ دقیقه طول کشید. بعد از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، ۶ مضمون اصلی در خصوص تجربه زیسته زنان بوتاکس کرده استخراج شد که عبارت است از: در جستجوی زیبایی و جوانی بودن؛ فشار اجتماعی و هنجارهای زیبایی؛ انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی؛ بازیابی اعتمادبه نفس؛ داشتن آگاهی محدود از خطرات احتمالی و دیدگاه‌ها و ملاحظات جایگزین. در نهایت برخی از مشارکت کنندگان این پژوهش که حداقل یک بار تزریق بوتاکس را تجربه کرده بودند، بر این باور بودند که باید شیوه‌ها و روش‌های جایگزین کم‌خطرتری را برای رسیدن به ظاهر زیبا و جذاب انتخاب کرد. تأمل در اظهارات زنان مشارکت کننده در پژوهش حاضر،



Copyright ©The authors

Publisher: University of Tabriz, Tabriz, Iran

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

حاکمی از احساسات و احتیاط‌های متفاوتی است که ممکن است برخی افراد در مورد روش‌های زیبایی مانند بوتاکس داشته باشند.

کلیدواژه‌ها: تزریق بوتاکس، ادراک زیبایی، رفاه عاطفی، عمل زیبایی، پدیدارشناسی.

استناد به این مقاله: عباس زاده، محمد. (۱۴۰۴). فهم تجربه زیسته زنان بوتاکس کرده با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری، *جامعه‌شناسی سبک زندگی*، ۱۰(۱)، ۷۱-۹۳.

مقدمه

زیبایی و زیباطلبی بخشی از تمایلات انسانی برای کسب تعالی جسمانی است. اما این میل طبیعی همواره با رویکردها و دیدگاه‌های مختلفی تحلیل شده است. تا پیش از عصر روشنگری، جسم به عنوان بخشی از عالم مادی مورد انتقاد و بی‌توجهی قرار می‌گرفت یا توصیه می‌شد برای تعالی روح، افراد دریافت‌ها و آسیب‌های بدنی را متحمل شوند. این نگرش که آبشخور آن دین مسیحیت و تئوری گناه آغازین بود، با تزلزل بنیان‌های دینی در غرب آرام آرام جای خود را به روی دیگر سکه‌ای سپرد که ضمن دوست داشتن جسم مادی، آن را مرکز توجه خود قرار داد تا حدی که برخی از نظریه‌پردازان چون ترنر برای توصیف جامعه امروزی از اصطلاح «جامعه جسمانی» استفاده کنند (Abazari & Nafiseh, 2007: 131). براساس آمار انجمن بین‌المللی جراحی پلاستیک، در سال ۲۰۲۰، بیش از ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تزریق بوتاکس در جهان انجام شده است که بیش از ۵ میلیون آن متعلق به زنان است. نتایج پژوهش‌های شیوع‌شناسی ایران در این زمینه نشان می‌دهد که بیشترین مراجعه برای جراحی زیبایی متعلق به زنان جوان و مجرد است (Khanzadeh, et al., 2023: 104). حس نازیبا بودن و اقدام به بوتاکس، بیشتر تحت تأثیر ذهن افراد بوده و باورها نقش بزرگی در ایجاد آن دارند (زارع و تکلوی، ۱۳۹۷: ۳۶۹). در تلاش برای فهم دلایل گرایش افراد به جراحی‌های زیبایی، پژوهش‌های متعددی در کشورهای مختلف به بررسی عوامل روان‌شناختی مرتبط با پذیرش این فرآیند پرداخته‌اند (Ashikali, et al., 2016; Stefanile, et al., 2014; Ghalehbandi, & Afkham Ebrahimi, 2004). اما به نظر می‌رسد هرگاه یک پدیده اجتماعی از شکل استثنائی خود خارج شده و به صورت اپیدمی درمی‌آید، به دنبال دلایل جامعه‌شناختی برای تبیین آن بود. جراحی بینی، بوتاکس، تزریق کلژن به لب، اصلاح افتادگی پلک، لیفتینگ صورت، لیپوساکشن، تاتو و ... بخشی از بازار زیباسازی زنان و حتی مردان ایرانی را شامل می‌شود. هر چند در این خصوص، آمار رسمی و دقیق از میزان مصرف لوازم آرایشی یا انجام اعمال زیبایی در ایران منتشر نمی‌شود اما با توجه به پژوهش‌هایی که در این حوزه صورت گرفته می‌توان اذعان داشت که این روند شتابان و فراگیر، جامعه ایرانی را دچار چالش کرده است (Mahmoudi, et al., 2016; Movahed, 2009). عوامل اجتماعی مختلفی بر بازتولید بدن مؤثرند از جمله: تمایل به برتری‌جویی در بین هم‌سن و سالان، تجربه ما از تبعیض جنسیتی یا تجربه الگوهای اجتماعی ناخوشایند در دوران کودکی (Enayat, & Mokhtari, 2019)، مصرف‌گرایی، فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای (Rezaei, et al., 2010)، پایگاه اجتماعی و پذیرش اجتماعی (Fatehi & Ekhlasi, 2008)، منزلت‌بخشی و دستیابی به احترام بالا در جامعه و هنجارهای فرهنگی، چشم‌داشت‌های اجتماعی و خانوادگی و ارزش‌ها و



باورهای اجتماعی یا روحی (Kivan Ara, et al., 2009).

از سوی دیگر، بازتولید بدن به معنای بازتعریف اجتماعی آن، به شکل امروزی دست‌مایه برخی از پژوهش‌ها در حوزه اجتماعی شده است: تصور بدنی و پذیرش اعمال زیبایی (Wu Yi, et al., 2022)، فشار اجتماعی و رضایت از ظاهر (Danesh, 2016) (دانش، ۱۳۹۵)، پذیرش اجتماعی بدن، مصرف رسانه‌ای - فرهنگی، پایگاه اجتماعی - اقتصادی (Bagheri, et al., 2021)، درونی‌سازی الگوهای رسانه‌ای و نگرانی از تصویر بدنی (Khanzadeh & Aghamohamadi, 2023) و تمایل به مدیریت بدن در راستای کسب سرمای اجتماعی یا پاداش‌های پیش‌بینی شده‌ای که کنش‌گر از پس دریچه تجربیات شخص خود به دنبال دستیابی به آن است، به عنوان عوامل مؤثر در تلاش برای تغییر در بدن مطرح می‌شود. میل به بهبود بدن و پوست و تطبیق آن با الگوهای فرهنگی یا الگوهای تبلیغ‌شده، عطش زنان را به مصرف کالاهای تولیدشده در چرخه صنعت زیباسازی افزایش داده است. در چند دهه اخیر در ایران تناسب اندام به عنوان یکی از معیارهای زیبایی مورد توجه واقع شده است (Ahmadnia, 2006: 25). این تحقیق با ارائه درک عمیق‌تر از تجربیات ذهنی و عوامل اجتماعی - فرهنگی پیرامون استفاده از بوتاکس در میان زنان، به دانش جامعه‌شناسی کمک می‌کند. این یافته‌ها بینش‌های ارزشمندی را در مورد تعامل پیچیده بین استانداردهای زیبایی اجتماعی، انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی ارائه می‌دهند و بر فهم و درک تجربه زیسته زنان بوتاکس کرده متمرکز است. با بررسی پیشینه پژوهشی و مطالعاتی در این زمینه مشخص می‌شود که پدیده تزریق بوتاکس بیشتر از بعد پزشکی و روان‌شناختی مورد مطالعه قرار گرفته و کمتر از بعد اجتماعی به این پدیده پرداخته شده است. در این میان، پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و شیوه تحلیلی پدیدارشناسی تفسیری به دنبال فهم و درک همه‌جانبه تجربه زیسته زنان بوتاکس کرده شهر تبریز است.

ادبیات پژوهش

تعامل‌گرایی نمادین بر اهمیت تعاملات اجتماعی و نقش نمادها و معانی در شکل دادن به رفتار و ادراک افراد از خود تأکید دارد (Goffman, 2022: 35). در زمینه تزریق بوتاکس، این نظریه به درک چگونگی تفسیر و نسبت دادن معنا به ظاهر، استانداردهای زیبایی و تأثیر تعاملات اجتماعی توسط افراد کمک می‌کند. این تئوری پیشنهاد می‌کند که افراد درگیر فرآیند تفسیر و مذاکره هنجارهای زیبایی اجتماعی هستند و این امر بر تصمیمات آنها برای انجام تزریق بوتاکس تأثیر می‌گذارد. نظریه‌های بدن‌محور، به‌ویژه آثار مرلوپونتی و فوکو، با ارائه بینش‌هایی درباره تجربیات تجسم‌یافته، پویایی قدرت، و نظم بخشیدن به بدن در جامعه، به چارچوب مفهومی کمک می‌کنند. مرلوپونتی بر تجربه زیسته بدن و رابطه بدن و سوژه تأکید دارد. نظریه او به درک چگونگی تجربه زنان از بدن خود، درک آنها از زیبایی و تمایل به اصلاح ظاهر خود از طریق تزریق بوتاکس کمک می‌کند. این جنبه‌های تجسم‌یافته از خود ادراک و تعامل بین بدن، خود و جهان اجتماعی را برجسته می‌کند. از طرفی دیگر نظریه فوکو در مورد قدرت انضباطی، چگونگی اعمال کنترل و انضباط نهادها و هنجارهای اجتماعی بر بدن افراد را بررسی می‌کند. در زمینه تزریق بوتاکس، این نظریه می‌تواند تأثیر استانداردهای زیبایی، مؤسسات پزشکی و صنعت زیبایی را در شکل دادن به تصمیمات زنان برای انجام عمل‌های زیبایی روشن کند و امکان تجزیه و تحلیل چگونگی دخیل شدن روابط قدرت در تنظیم بدن زنان و پیگیری جوانی را فراهم می‌کند.



ساخت‌گرایی اجتماعی نیز ماهیت اجتماعی واقعیت و روش‌هایی را که معانی و پدیده‌های اجتماعی از طریق فرآیندها و تعاملات اجتماعی ساخته می‌شوند، برجسته می‌کند (Kuczynski, 2012: 112). در زمینه تزریق بوتاکس، ساخت‌گرایی اجتماعی تأکید می‌کند که ایده‌آل‌های زیبایی و ادراکات مربوط به پیری از نظر اجتماعی ساخته شده‌اند و در فرهنگ‌ها و دوره‌های تاریخی مختلف متفاوت هستند. این تئوری کاوشی در مورد چگونگی شکل‌گیری هنجارها و گفتمان‌های اجتماعی در درک افراد از زیبایی، پیری و تصمیم به انجام روش‌های زیبایی مانند تزریق بوتاکس را امکان‌پذیر می‌سازد (Kuczynski, 2012: 142). همچنین تلفیق نظریه فمینیستی در چارچوب مفهومی، یک لنز انتقادی برای بررسی جنبه‌های جنسیتی تزریق بوتاکس ارائه می‌دهد (De Beauvoir, 2015: 114). تئوری فمینیستی بر پویایی قدرت، نابرابری‌های اجتماعی و تأثیرات مردسالارانه که تجارب و انتخاب‌های زنان را شکل می‌دهد، تأکید می‌کند. این کمک می‌کند تا بررسی کنیم که چگونه انتظارات اجتماعی و هنجارهای زیبایی به طور نامتناسبی بر زنان تأثیر می‌گذارد و برای حفظ ظاهری جوان بر آنها فشار وارد می‌کند. تئوری فمینیستی همچنین امکان بررسی تلاقی جنسیت با مقوله‌های اجتماعی دیگر مانند سن، طبقه و نژاد را که ممکن است بر تصمیمات زنان در مورد تزریق بوتاکس تأثیر بگذارد، فراهم می‌کند.

تئوری پزشکی شدن با بررسی فرآیندی که از طریق آن جنبه‌های خاصی از زندگی انسان به عنوان مسائل پزشکی تعریف و تلقی می‌شود به چارچوب مفهومی کمک می‌کند (konrad, 2007: 43). تزریق بوتاکس را می‌توان به عنوان شکلی از پزشکی‌سازی دانست که در آن فرآیند طبیعی پیری و ظاهر فیزیکی طبی‌سازی می‌شوند و به عنوان شرایطی که باید اصلاح شوند، درمان می‌شوند. این نظریه به تحلیل نقش متخصصان پزشکی، صنعت داروسازی و نیروهای اجتماعی گسترده‌تر در ترویج و مشروعیت بخشیدن به بوتاکس به عنوان راه‌حلی برای نگرانی‌های مربوط به سن کمک می‌کند.

تئوری انتخاب منطقی پیشنهاد می‌کند که افراد بر اساس محاسبه منطقی هزینه‌ها و منافع تصمیم‌گیری می‌کنند (Homans, 2017: 65). در زمینه تزریق بوتاکس، این تئوری می‌تواند به توضیح فرآیند تصمیم‌گیری افراد برای در نظر گرفتن این روش کمک کند. مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که چگونه افراد مزایای بالقوه زیبایی و اعتماد به نفس را در مقابل هزینه‌هایی مانند هزینه‌های مالی و عوارض جانبی بالقوه ارزیابی می‌کنند.

نظریه فرهنگ مصرف‌کننده تأثیر فرهنگ مصرف‌کننده بر هویت، انتخاب‌ها و رفتار افراد را بررسی می‌کند. بوتاکس را می‌توان محصول فرهنگ مصرف‌کننده دانست، جایی که صنعت زیبایی جوانی را به عنوان یک ویژگی مطلوب ترویج و کالایی می‌کند. تئوری فرهنگ مصرف‌کننده به درک اینکه چگونه تبلیغات، رسانه و مصرف‌گرایی تمایلات و تصمیمات فردی مربوط به بوتاکس را شکل می‌دهند کمک می‌کند. نظریه فرهنگ مصرف‌کننده تأثیر مصرف و بازاریابی را بر انتخاب‌ها و هویت‌های فردی بررسی می‌کند (Jones & Pitts, 2013: 331).

گنجانیدن مفهوم عاملیت بدن در چارچوب مفهومی، تصدیق می‌کند که افراد بر بدن خود و انتخاب‌هایی که در مورد روش‌های زیبایی انجام می‌دهند، اختیار دارند. این انگیزه‌های شخصی، تمایلات برای بهبود خود، و تلاش برای بهزیستی را

برجسته می‌کند که بر تصمیمات زنان برای انجام تزریق بوتاکس تأثیر می‌گذارد. این دیدگاه تشخیص می‌دهد که افراد به طور فعال در شکل دادن به بدن و هویت خود شرکت می‌کنند و مفهوم بدن را به عنوان اشیاء منفعل که باید توسط نیروهای خارجی بر آنها وارد شود به چالش می‌کشد.

در پژوهشی با عنوان عزت نفس، رضایتمندی و نگرش به دوام اثر دارو در افراد متقاضی انجام بوتاکس در کلینیک‌های منتخب شهر تهران پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد عزت نفس، رضایتمندی و نگرش نسبت به دوام اثر دارو، ارتباط معناداری را بین زنان و مردان نشان ندارد. نتایج، ارتباط معناداری را بین عزت نفس و رضایت مندی از تزریق بوتاکس و نگرش به دوام اثر دارو و رضایت مندی نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که هر چه نگرش نسبت به دوام اثر دارو افزایش یابد، رضایتمندی و هر چه رضایتمندی افزایش یابد، عزت نفس افراد نیز افزایش می‌یابد. این پژوهش از رابطه عزت نفس و تقاضا و اقدام پزشکی برای زیبایی حمایت می‌کند (Sahib al-Zamani, 2021).

مهرپرور (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان پدیدارشناسی الگوهای مدیریت بدن کاربران زن در اینستاگرام که با رویکرد کیفی و شیوه پدیدار شناسی انجام داده است، به این نتیجه رسید که رفتارهای بدنی پاسخگویان در سه سطح تفسیرپذیر است که عبارت‌اند از: بدن به مثابه روایتی از خود و زندگی روزمره؛ بدن به مثابه سرمایه جنسی و معیارهای زیباشناختی و بدن به مثابه هویت اجتماعی. و نمایش بدن به معنای ابراز خود و میل به دیده شدن به منظور افزایش اعتماد به نفس، مقابله با طرد و حذف اجتماعی، نیاز به توجه و جلب نظر دیگران و گسترش دایره ارتباطات است (Sahib al-Zamani, 2021).

محمودی و محدثی در پژوهشی با عنوان «مطالعه‌ی جامعه شناختی صنعت بدن: (مطالعه‌ی کیفی دلایل و پیامدهای جراحی‌های زیبایی زنان ساکن شهر تهران)» به این نتیجه رسیدند که براساس یافته‌ها، شرایط علی این پژوهش، ترس از طرد شدن و تصویر ذهنی منفی به بدن بوده است. میل به زیبایی و ابرازگرایی بدنی، پدیده محوری پژوهش است که در بستر ارزش‌های اجتماعی و شرایط خانوادگی اتفاق افتاده است. محدودیت‌های اجتماعی و حس تعارض شرایط مداخله‌گر و تبلیغات و ترغیب دیگران به جراحی شرایط تسهیل‌گر این پدیده است. پیامدها و آثار مطالعه صنعت بدن در این پژوهش، افزایش اعتماد به نفس، صرفه‌جویی در زمان و صرفه‌جویی اقتصادی است (Mahmoudi & Mohadesi, 2017).

آزاده مافی و همکاران در پژوهشی با عنوان کیفیت زندگی، تصور بدنی و ویژگی‌های شخصیتی در بین زنان بوتاکس کرده که با روش همبستگی و تکنیک پیمایش انجام داده‌اند به این نتیجه رسیدند که در مراجعین دریافت کننده بوتاکس برای اهداف زیبایی، کیفیت زندگی بالاتر از گروه کنترل بود. هیچ نشانه‌ای از بدشکلی بدن یا ویژگی‌های شخصیتی بیمارگونه در این افراد مشاهده نشد (Azadeh Mafi, et al., 2023).

زرگاران و همکاران در پژوهشی با عنوان تحلیل‌های کمی و کیفی از تجربه‌های فردی بعد از تزریق بوتاکس در انگلستان که با رویکرد کمی و کیفی به منظور دستیابی به بینش کامل و جامع در تجربه‌های بیماران در بین ۶۵۵ نفر انجام داده‌اند به این نتیجه رسیدند که ۷۹ درصد از پاسخگویان شرایط ناگواری از عمل جراحی را گزارش کردند که بیشتر برحالت «نگرانی» و «استرس» تأکید داشتند. ۶۹ درصد از آنها به تأثیرات ناگوار مستمر اشاره کردند. ۹۲ درصد از

پاسخگویان گزارش کردند که کلینیک یا پزشک در مورد طرح کارت زرد به آنها اطلاعاتی نداده است (Zargarani, et al., 2023).

بونل و همکاران در پژوهشی با عنوان انگیزش زنان استرالیایی به تجربه جراحی زیبایی که با رویکرد کیفی در بین ۱۵ نفر از زنان استرالیایی انجام داده‌اند به این نتیجه رسیدند که از منظر مشارکت‌کنندگان این پژوهش، مضمون «سبک زندگی مرتبط با جراحی زیبایی» در جامعه امروز استرالیایی به صورت هنجار پذیرفته شده است. برخی از آنها اظهار داشته‌اند که بعد از جراحی دچار رنج و عذاب شدید شده‌اند، بسیاری از مشارکت‌کنندگان در رابطه با اینکه ارتباط با افراد دیگر در اقدام به جراحی زیبایی آنها نقش داشته است. برخی از مشارکت‌کنندگان هم بر اینکه اقدام به جراحی زیبایی به مثابه یک تصمیم بوده که برای ظاهر خود انتخاب کرده‌اند (Bonell, 2023).

اورنلا اونس و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان فیلترینگ محافظتی: یک مطالعه کیفی در مورد راهبردهای شناختی زنان جوان برای ترویج تصویر مثبت بدن به این نتیجه رسیدند که آنها چهار موضوع را در مورد استراتژی‌های فیلتر محافظتی که شرکت‌کنندگان با استفاده از آنها توصیف کرده بودند شناسایی کردند: (الف) نقد ایده‌آل/تصویر زیبایی. (ب) قدردانی از بدن خود/دیگران؛ (ج) تمرکز بر ارزش‌ها و شخصیت زنان در تصویرسازی آرمانی زیبایی. (د) پیوند تصاویر آرمانی زیبایی با پیامدهای منفی گذشته آن. به طور کلی، بسیاری از استراتژی‌های فیلتر محافظ با ویژگی‌های کلیدی تصویر مثبت بدن همپوشانی دارند (Ornella Evens, et al., 2021).

کاسناک اوغلو در پژوهشی با عنوان هویت پویا و خود ادراک پیری: مورد بیماران جراحی زیبایی ترکیه که با روش پدیدارشناسی انجام داده است به این نتیجه رسیده است که جراحی زیبایی راهی راحت و سریع برای از بین بردن علائم فیزیکی پیری است. زنان گذشته گرامی خواستند به «دوران خوب قدیم» برگردند، زنانی که به زمان حال می‌اندیشیدند می‌خواستند درون و بیرون خود را متعادل کنند و زنان آینده نگر خواهان دگرگونی کامل در زندگی خود بودند. (Kasnakoglu, et al., 2021).

برادشاو و همکاران در پژوهشی با عنوان فهم ملاحظات جراحی زیبایی در بین دختران نوجوان چینی که با استفاده از نظریه عینیت سازی و مدل تاثیر فرهنگ مصرف کننده در بین ۳۱۴ دختر نوجوان چینی انجام داده‌اند به این نتیجه رسیدند که اول، هم شی‌گرایی جنسی بین فردی و هم مادی‌گرایی به آرمان‌های ظاهری درونی شده کمک می‌کنند، که به نوبه خود به نظارت بدن، شرم از بدن و نگرانی‌های ظاهری مربوط می‌شود. دوم، ارتباط بین ماتریالیسم و آرمان‌های ظاهری درونی شده مستقل از ارتباط بین ماتریالیسم و عینیت جنسی بین فردی بود. سوم، ایده آل‌های ظاهری درونی شده با توجه به جراحی زیبایی از طریق نظارت بر بدن و نگرانی‌های ظاهری صورت مرتبط بود. چهارم، در حالی که آرمان‌های ظاهری درونی شده با شرم بدن مرتبط بودند، شرم بدن واسطه ارتباط آن با توجه به جراحی زیبایی نبود. پنجم، به جای شرم از بدن، نگرانی‌های ظاهری صورت میانجی‌گری می‌کنند که بین مراقبت از بدن و توجه به جراحی زیبایی و همچنین ارتباط بین ایده‌آل‌های ظاهر درونی شده و توجه به جراحی زیبایی وجود دارد (Bradshaw, 2019).

در مجموع، با مرور پژوهش‌های پیشین و نظریه‌های مرتبط با تصور بدنی و تمایل با زیبایی ظاهری می‌توان به طبقه بندی عوامل موثر بر گرایش به جراحی و عمل‌های زیبایی دست یافت. این عوامل و شرایط در تاثیر فشار اجتماعی که (مطالعات نشان می‌دهد نقش بسزایی در شکل‌گیری نگرش زنان نسبت به زیبایی دارند. این عوامل عبارتند از تصویر رسانه ای، هنجارهای فرهنگی و فشار جامعه برای رعایت برخی استانداردهای زیبایی. برخی از مطالعات به عوامل روانشناختی نظیر عزت نفس، تصویر بدنی و اعتماد به نفس، ارتباط تنگاتنگی با درگیر شدن زنان با اعمال زیبایی تاکید دارند. برخی از پژوهش‌ها نظیر (Ho-Hong Ching 2019) هم به ماتریالیسم و آرمان‌های ظاهری که دربرگیرنده روش‌ها و شیوه‌های پرهزینه اعمال و جراحی‌های زیبایی است، پرداخته‌اند. برخی از پژوهش‌ها نظیر (Katz & Waldman, et al., 2019) Gish (2016) و Brown, et al. (2021) به ادراکات پیری، جراحی زیبایی به عنوان راهی برای معکوس کردن علائم فیزیکی پیری و حفظ ظاهری جوان و تصویر بدنی مثبت پرداخته‌اند و برخی از مطالعات هم به تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام که تأثیر قابل توجهی بر نحوه درک و تعامل زنان با ایده‌آل‌های زیبایی دارند، پرداخته‌اند. این پژوهش با استفاده از رویکرد کیفی و شیوه پدیدارشناسی تفسیری به دنبال پاسخ به خلاءهای پژوهشی در این زمینه است.

روش‌شناسی پژوهش

هدف این پژوهش، فهم تجربه زیسته زنان بوتاکس کرده است. به این منظور از رویکرد کیفی و شیوه پدیدارشناسی تفسیری استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر ۱۷ نفر از زنان ساکن در شهر تبریز بودند که حداقل یک بار تجربه عمل بوتاکس را داشته‌اند. در پژوهش حاضر شرکت‌کنندگان بر اساس نمونه‌گیری هدفمند که از نوع نمونه‌گیری قضاوتی است، انتخاب شدند. به بیان دیگر افرادی انتخاب شدند که بهترین شرایط را برای عرضه اطلاعات مورد نیاز داشتند و شخصاً فرآیندها و مسائل مورد نظر را تجربه کرده بودند. معیار ورود مشارکت‌کنندگان به مطالعه، تجربه حداقل یک بار عمل بوتاکس بود. مصاحبه‌ها با کسب رضایت کامل از مصاحبه‌شوندگان و تا زمان اشباع اطلاعاتی ادامه یافت. هر یک از مصاحبه‌ها به طور میانگین ۶۰ دقیقه طول کشید. در پژوهش کیفی، اعتبارپذیری به واقعی بودن توصیف و یافته‌های پژوهش اشاره دارد و عبارت است از درجه اعتماد به واقعی بودن یافته‌ها برای شرکت‌کنندگان پژوهش و برای زمینه‌ای که این پژوهش در آن انجام شده است. به این معنا که آنچه در یافته‌ها و نتایج تحقیق از سوی پژوهشگر ذکر می‌گردد، همانی باشد که در نظر و ذهن پاسخگویان بوده است. در جهت رسیدن به این امر، لینکلن و کوبا به مواردی همچون تماس طولانی با محیط پژوهش، مشاهده مستمر، بررسی زوایای مختلف، تبادل نظر با هم‌تایان، تحلیل موارد منفی، کفایت مراجع و کنترل از سوی اعضا اشاره می‌کنند (Abaszadeh, 2012: 23). در پژوهش حاضر به منظور باورپذیری اطلاعات از استراتژی‌های بازبینی توسط اعضاء استفاده شده و برای اطمینان‌پذیری نیز از روش کفایت ارجاعی استفاده شده است. به این معنا که درباره مضامین به دست آمده، نقل قول‌های مستقیم مشارکت‌کنندگان پژوهش ارائه شده است.

یافته‌های پژوهش

بعد از تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده بوسیله مصاحبه، ۶ مضمون اصلی استخراج شد که در جدول (۱) ذکر



شده است.

جدول شماره ۱: مضمون‌های اصلی و خرده مضمون‌ها مستخرج از مصاحبه‌ها

ردیف	مضمون‌های اصلی	خرده مضمون‌ها
۱	در جستجوی زیبایی و جوانی	زیبایی، جوانی، طراوت، احساس خوب، مقابله با پیری، رفع چین و چروک، جذابیت
۲	فشار اجتماعی و هنجارهای زیبایی	فشار دوستان، اصرار فامیل، تأثیر دوستان، صنعت تبلیغات، مصرف، تأثیر رسانه‌ها، فضای مجازی، تعاملات، ارتباطات
۳	انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی	اهداف فردی، انگیزه فردی، سلامت بدن، جلوه خوب
۴	بازیابی اعتماد به نفس	حس رضایت، خودارزشمندی، حس تمایز، احساس خشنودی، عزت نفس، حس پذیرش، موفقیت
۵	داشتن آگاهی محدود از خطرات احتمالی	دانش محدود، مطالعه کم، جستجوی ناقص اطلاعات، عدم آگاهی به عوارض، نداشتن اطلاع از خطرات
۶	دیدگاه‌ها و ملاحظات جایگزین	تجربه روش‌های کم‌خطر، احساس نگرانی، حس تردید، احساس پشیمانی

در جستجوی زیبایی و جوانی

مصاحبه‌شوندگان تزریق بوتاکس را با جستجوی زیبایی و جوانی مرتبط می‌دانند. آنها بر این باورند که حفظ ظاهر جوان در جامعه بسیار ارزشمند است و به طور مستقیم با جذابیت شخصی و خود ارزشی مرتبط است. تزریق بوتاکس به عنوان راهی برای جلوگیری یا کاهش چین و چروک و سایر علائم پیری با هدف جذاب‌تر به نظر رسیدن و احساس بهتر در مورد خود است. اروینگ گافمن در قالب مکتب کنش متقابل‌گرایی نمادین بر چگونگی تفسیر و معنا بخشیدن افراد به نمادها در تعاملات اجتماعی خود تأکید می‌کند (Goffman, 2022: 34). در زمینه زیبایی و جوانی، تعامل‌گرایی نمادین نشان می‌دهد که چگونه افراد در مدیریت تأثیر و ارائه خود برای انطباق با هنجارهای زیبایی و دریافت اعتبار اجتماعی مشارکت می‌کنند. زیبایی و جوانی به نشانه‌های نمادینی تبدیل می‌شوند که تعاملات اجتماعی و ادراک خود را شکل می‌دهند (Goffman, 1967: 46).

نظریه ساخت اجتماعی زیبایی بیان می‌کند که آرمان‌های زیبایی ذاتی نیستند بلکه توسط عوامل اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرند. و این نشان می‌دهد که استانداردهای زیبایی در طول زمان و در فرهنگ‌های مختلف، متفاوت بوده و تحت تأثیر شرایط اجتماعی، اقتصادی و تاریخی است. بر اساس این نظریه، ادراکات زیبایی و جوانی ثابت یا جهانی نیستند، بلکه از طریق توافقات جمعی و تفاهات مشترک در یک جامعه معین پدیدار می‌شوند. ساخت زیبایی یک فرآیند اجتماعی است که شامل مذاکره، پویایی قدرت و ارزش‌های فرهنگی است (Sarah Banet-Weiser, 2023: 33). از مجموع اظهارات مشارکت‌کنندگان چنین برداشت می‌شود که بسیاری از آنها بوتاکس را به مثابه وسیله‌ای برای دستیابی به آرمان‌های زیبایی، طراوت و جوانی می‌دانستند. در مصاحبه‌ها به تأثیر معانی نمادین مرتبط با زیبایی، جوانی و جذابیت نیز اشاره شده است.

مشارکت‌کننده-۴ در این خصوص اظهار داشت: «زیبایی نوعی ارزش است، مخصوصاً برای جنس مخالف. به نظر من



حداقل در اولین ملاقات، هر چه زن زیباتر و جوان تر باشد، ارزش او بیشتر است.»

مشارکت‌کننده- ۶ در این رابطه به «نوعی احساس خوب، جوان ماندن و مقابله با پیری» اشاره می‌کند و مشارکت‌کننده- ۹ به «طراوت، جوانی و زیباتر شدن» تأکید دارد.

مشارکت‌کننده- ۱۲ بیان داشت: «با بوتاکس چین و چروک صورتم را از بین بردم و به من کمک کرد که جوانی‌ام را بازیابم».

فشار اجتماعی و هنجارهای زیبایی

اظهارات مشارکت‌کنندگان به تأثیر هنجارها و انتظارات اجتماعی در تصمیم‌گیری آنها نسبت به تزریق بوتاکس دلالت دارد. مصاحبه‌شوندگان اعتقاد دارند که هنجارهای اجتماعی بر زیبایی‌شناسی چهره تأکید دارند و احساس می‌کنند برای زیبا و ارزشمند دیده شدن، باید با این استانداردها مطابقت داشته باشند. تمایل به معرفی خود در جمع به بهترین شکل ممکن و اینکه در نگاه دیگران به عنوان فردی جذاب به نظر برسند، نقش مهمی در فرآیند تصمیم‌گیری آنها ایفا می‌کند. ایده‌های فوکو در مورد قدرت و انضباط، چگونگی شکل‌دهی و اجرای هنجارهای زیبایی را نهادهای اجتماعی روشن می‌کند. مفهوم بیوپولیتیک او به بررسی چگونگی عملکرد قدرت از طریق تکنیک‌های نظارت، تنظیم و عادی‌سازی می‌پردازد. بررسی شیوه‌های انضباطی فوکو می‌تواند به کشف مکانیسم‌هایی کمک کند که از طریق آنها فشار اجتماعی در رابطه با استانداردهای زیبایی اعمال می‌شود (Foucault, 2010, 53).

مشارکت‌کننده- ۴ چنین می‌گفت: «زیبایی نوعی ارزش است، به ویژه برای جنس مخالف، به نظر من حداقل در اولین ملاقات، هر چه زن زیباتر و جوان تر باشد، ارزش او بیشتر است».

مشارکت‌کننده- ۶ می‌گفت: «به نظر من اینجوری شده که هر کی خوشگل تره می‌گن آدم خوبه».

مشارکت‌کننده- ۷ هم در این خصوص چنین اظهار داشت: «اینجا یک سالن زیبایی است و مشتریان اینجا روی ظاهر پرسنل حساس هستند و هر چه جوان تر به نظر برسید باکلاس تر به نظر می‌رسید و روی مشتریان شما تأثیر می‌گذارد».

مشارکت‌کننده- ۶ چنین اظهار داشت «زنی که روبروی من نشسته بود، پوست بسیار خوبی داشت، وقتی گفت ۵۰ ساله است، باور نکردم و آنجا بود که با بوتاکس آشنا شدم».

مشارکت‌کننده- ۱ بر هنجارهای زیبایی در تمایل به عمل بوتاکس تأکید داشت و می‌گفت: «بوتاکس برای من از نظر علمی مهم است، البته زیبایی مهم تر است و من قطعاً به خانم‌های بالای ۳۰ سال توصیه می‌کنم که این کار را انجام دهند و همیشه زیبا به نظر برسند».

از سویی دیگر نظریه تأثیر فرهنگ مصرف‌کننده بر هویت، انتخاب‌ها و رفتار افراد را بررسی می‌کند. بوتاکس را می‌توان محصول فرهنگ مصرف‌کننده دانست؛ جایی که صنعت زیبایی جوانی را به عنوان یک ویژگی مطلوب ترویج و کالایی می‌کند. تئوری فرهنگ مصرف‌کننده به درک اینکه چگونه تبلیغات، رسانه و مصرف‌گرایی تمایلات و تصمیمات فردی مربوط



به بوتاکس را شکل می‌دهند کمک می‌کند. نظریه فرهنگ مصرف‌کننده تأثیر مصرف‌گرایی و بازاریابی را بر انتخاب‌ها و هویت‌های فردی بررسی می‌کند (Jones & Pitts, 2013: 331). چنانکه مصاحبه‌شونده 7 در مصاحبه‌ها به تأثیر دوستان و مد اجتماعی در تصمیم خود برای انجام بوتاکس اشاره می‌کند و می‌گوید: «وقتی دوستم را دیدم که چقدر جوانتر شده، گفتم چرا که نه؟ هیچ زنی از جوان بودن بدش نمی‌آید.» این نشان‌دهنده تأثیر فرهنگ مصرف‌کننده است؛ جایی که فشار همسالان و گرایش‌های اجتماعی تمایل افراد را برای ظاهر جوان‌تر شکل می‌دهد. مصاحبه‌شونده 12 به محبوبیت بوتاکس و تمایل افراد به پیروی از روندهای زیبایی اشاره می‌کند که منعکس‌کننده تأثیر فرهنگ مصرف‌کننده بر روی اعمال زیبایی است. مصاحبه‌شونده 10 در مصاحبه‌ها اشاره می‌کند که چگونه بوتاکس حس شادی، جوانی و رضایت از خود را فراهم می‌کند. این با مفهوم پست مدرن از عاملیت فردی و ساخت هویت‌های شخصی بر اساس انتخاب‌ها و خواسته‌ها در یک جامعه مصرف‌محور مطابقت دارد.

انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی

هر مصاحبه‌شونده انگیزه‌های شخصی خود را برای انجام تزریق بوتاکس به اشتراک می‌گذارد. ماهیت تزریق بوتاکس شامل انگیزه‌های شخصی و تأثیر آن بر بهزیستی عاطفی است. مصاحبه‌شوندگان دلایل فردی، مانند جلوگیری از چین و چروک، بازاریابی اعتماد به نفس پس از شکست‌های شخصی و احساس خوشحالی بیشتر را برای انجام بوتاکس به اشتراک می‌گذارند. تصمیم به انجام بوتاکس بر اساس تجربیات شخصی، خواسته‌ها و این باور است که این روش منجر به بهبود رفاه کلی می‌شود. بوتاکس به عنوان وسیله‌ای برای بهبود سلامت کلی و وضعیت عاطفی در نظر گرفته می‌شود.

نظریه انتخاب عقلانی هومنز بر فرآیندهای تصمیم‌گیری افراد بر اساس ارزیابی منطقی هزینه‌ها و پاداش‌ها متمرکز است (Homans, 19612: 435). تجزیه و تحلیل انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی در این چارچوب شامل بررسی این موضوع است که چگونه افراد مزایای بالقوه انطباق با هنجارهای زیبایی و دنبال کردن برخی اقدامات زیبایی را در مقابل هزینه‌های بالقوه ارزیابی می‌کنند و چگونه این ملاحظات انگیزه‌ها و بهزیستی عاطفی کلی آنها را شکل می‌دهد. شرکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها، فواید بوتاکس مانند افزایش زیبایی و اعتماد به نفس را در مقابل هزینه‌ها و خطرات احتمالی ارزیابی می‌کنند.

مشارکت‌کننده ۵ چنین اظهار داشت: «بوتاکس زیاد گران نیست، فقط دکتری که پیش او می‌روید باید خوب باشد». مشارکت‌کننده ۱۰ در این خصوص بیان داشت: «بوتاکس حس خوبی می‌دهد؛ مثلاً شما هنوز زمان زیادی برای زندگی دارید. هنوز هم می‌توانید توسط دوستان خود به عنوان یک زن مورد تحسین و تمجید قرار بگیرید». مشارکت‌کننده ۱۴ چنین اظهار داشت: «همه می‌خواهند جذاب باشند. من واقعا عاشق بوتاکس شدم و دوست دارم همه چیز را تجربه کنم... بوتاکس خیلی بهتر از ژل است».

بازاریابی اعتماد به نفس



ماهیت تزریق بوتاکس با تمایل مصاحبه‌شوندگان به بازایی اعتماد به نفس ارتباط نزدیکی دارد. آنها عزت نفس خود را با ظاهر خود مرتبط می‌دانستند و بر این عقیده بودند که ظاهری جوان‌تر و شاداب‌تر بر احساس آنها نسبت به خود تأثیر مثبت خواهد داشت. از نظر آنها بوتاکس به عنوان ابزاری برای افزایش اعتماد به نفس و احساس جذابیت بیشتر است.

مشارکت‌کننده - ۸ در این خصوص چنین اظهار داشت: «وقتی خود را در آینه نگاه می‌کنید، اینکه پوست زیبای خود را می‌بینید بسیار ارزشمند است.» این نشان‌دهنده تأثیر استانداردهای زیبایی اجتماعی است که پوست صاف و جوان را به عنوان نشانگر جذابیت در اولویت قرار می‌دهد. مصاحبه‌شونده - ۱۳، به اهمیت زیبایی برای زنان از نظر پذیرش و موفقیت در جامعه اشاره می‌کند.

مصاحبه‌شونده - ۱۳ اشاره می‌کند: «زیبایی همیشه برای خانم‌ها مهم بوده است. هر چه زیباتر باشید طرفداران بیشتری پیدا خواهید کرد.» همچنین مصاحبه‌شونده - ۱۶ اشاره می‌کند: «خودم قیافه بدی داشتم نه اینکه با اینها حالم خوب بود.» مصاحبه‌شونده - ۱۶ در مصاحبه به تمایل به داشتن ابروهای بلندتر و کشیده تر با بوتاکس اشاره می‌کند و می‌گوید: «من تازه بوتاکس کردم، حتما ادامه خواهم داد. خیلی خوشحال شدم.» این نشان‌دهنده تمایل او برای مطابقت با استانداردهای زیبایی و افزایش زیبایی ظاهر خود برای احساس اعتماد به نفس و جذابیت بیشتر است.

کار ژان کیلبرن در مورد ساخت اجتماعی زیبایی نشان می‌دهد که چگونه استانداردهای زیبایی از طریق رسانه‌ها و تأثیرات اجتماعی ساخته و تقویت می‌شوند (Kilbourne, 2012, 43). مصاحبه‌ها تأثیر استانداردهای زیبایی بر عزت نفس و تصمیم‌گیری افراد را منعکس می‌کند. مصاحبه‌شونده - ۲ می‌گوید: «مثلاً وقتی بوتاکس زدم و چین و چروک‌های پیشانی‌ام شروع به باز شدن کرد، وقتی صحبت می‌کردم به پیشانی‌ام فکر نمی‌کردم، که الان مثلاً دارم حرف می‌زنم جمع می‌شه و بد به نظر می‌رسه.» این نشان می‌دهد که چگونه استانداردهای زیبایی بر ادراک افراد از خود و فشار برای حفظ ظاهر خاص تأثیر می‌گذارد.

به عنوان مثال، مصاحبه‌شونده - ۲ به اشتراک می‌گذارد که چگونه بوتاکس درک از خود را بهبود بخشید: «بعد از بوتاکس، نسبت به ظاهرم احساس خیلی بهتری داشتم. چین و چروک‌هایم کمتر بود. یعنی فرد احساس اعتماد به نفس بیشتری می‌کند.» یا مصاحبه‌شونده - ۹ یک زن خانه‌دار جوان، اشاره کرد که بعد از زایمان پوستش آسیب دیده است و نیاز به بهبود سریع ظاهر خود را احساس می‌کند. بوتاکس راه حلی را به او ارائه کرد که به او اجازه داد با حداقل آرایش احساس خوبی در مورد خودش داشته باشد. بهبود ظاهر فیزیکی آنها به احساس عزت نفس و رفاه کمک می‌کند. بوتاکس به عنوان راهی برای بازایی اعتماد به نفس به حساب می‌آید، به ویژه در مواجهه با مشکلات شخصی یا تجربه افسردگی.

مثال: مصاحبه‌شونده - ۳ در مورد اینکه چگونه بوتاکس به او کمک کرد که پس از تجربه از دست دادن اعتماد به نفس، دوباره اعتماد به نفس خود را به دست آورد، بحث می‌کند: «این باعث شد کم‌کم تمام اعتماد به نفسی را که از دست داده بودم دوباره به دست بیاورم.» مصاحبه‌شونده - ۷ اظهار می‌دارد: «من واقعا از بوتاکس راضی هستم».

داشتن آگاهی محدود از خطرات احتمالی



برخی از مشارکت‌کنندگان اعتراف می‌کردند که آگاهی و دانش محدودی در مورد بوتاکس دارند، به ویژه در مورد عوارض جانبی و خطرات احتمالی آن. آنها به جای انجام تحقیقات کامل، بر تجربیات و نظرات کسانی مانند دوستان یا آنها که بوتاکس انجام داده‌اند، تکیه می‌کنند. ماهیت این پدیده شامل فقدان دانش و آگاهی جامع در مورد خطرات بالقوه و عوارض جانبی تزریق بوتاکس است. برخی از مصاحبه‌شوندگان به تکیه خود بر تجارب دوستان یا تخصص پزشکان بدون انجام تحقیقات کامل اشاره می‌کنند. آنها ممکن است به طور کامل در مورد عواقب احتمالی این روش مطلع نباشند.

مشارکت‌کننده-۲ به عدم آگاهی از عوارض بوتاکس اشاره کرده و چنین گفت: «من حتی به شوهرم نگفتم که بوتاکس کرده‌ام. زیرا او همیشه می‌گوید که بدن سالم مهم است نه زیبایی».

مشارکت‌کننده-۱۲ اظهار داشت: «وقت مطالعه نداشتم. فقط می‌خواستم در روز عروسی به بهترین شکل ممکن دیده شوم».

دیدگاه‌ها و ملاحظات جایگزین

برخی از مشارکت‌کنندگان نسبت به تزریق بوتاکس و ادامه آن مردد بودند و بر این باور بودند که بعد از انجام بوتاکس و آگاهی نسبت به پیامدها و عوارض آن در خصوص ادامه تزریق تردید دارند و تمایل داشتند به روش‌ها و شیوه‌های جایگزین روی بیاورند. تأمل در اظهارات مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که همه افراد دیدگاه‌های کاملاً مثبتی نسبت به بوتاکس ندارند و ممکن است نسبت به تصمیم خود ابراز نگرانی یا پشیمانی داشته باشند.

مشارکت‌کننده-۱۲: «بعد از مطالعه در مورد عوارض جانبی احتمالی، نمی‌خواهم ادامه دهم یا شاید تا ۲۰ سال دیگر اصلاً ادامه ندهم».

مشارکت‌کننده-۱۷: «نه، خدا لعنتش کنه، انتخاب اولم واقعاً من را عصبانی کرد. الان دلم برای ظاهرم تنگ شده است». او ادامه داد: «من نمی‌توانم به چیزی فکر کنم، اما به طور کلی، هیچ چیز نمی‌تواند ظاهر آدم را تغییر دهد. حالا همه این کارها را از روی دست انجام می‌دهند، اما من تأیید نمی‌کنم».

بحث

هدف پژوهش حاضر، فهم تجربه زیسته تزریق بوتاکس در زنانی است که حداقل یک بار تجربه انجام آن را داشتند. واقعیت این است که پژوهش‌های گذشته بیشتر از بعد پزشکی و روان‌شناختی به این پدیده رایج در جامعه ایران پرداخته‌اند ولی با توجه به آمار روزافزون تزریق بوتاکس به نظر می‌رسد که پرداختن به این مسأله از بعد اجتماعی ضرورت اساسی پیدا می‌کند و می‌تواند خلاء پژوهشی موجود در این زمینه را پاسخ دهد. بعد از تجزیه و تحلیل اظهارات بدست آمده از مصاحبه با ۱۷ نفر از زنان، مضمون‌های اصلی نظیر جستجوی زیبایی و جوانی، فشار اجتماعی و هنجارهای زیبایی، انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی، تأثیر بر اعتماد به نفس و داشتن آگاهی محدود از خطرات احتمالی بوتاکس به دست آمد.

یکی از مضمون‌های اصلی در اظهارات مشارکت‌کنندگان این تحقیق در خصوص تجربه زیسته تزریق بوتاکس، مضمون



جستجوی زیبایی و جوانی در بین زنان است. می‌توان ماهیت پدیده تزریق بوتاکس را جستجوی جوانی، زیبایی و اعتماد به نفس در مواجهه با افزایش سن دانست. مصاحبه‌شوندگان بر اهمیت جوان و جذاب به نظر رسیدن تأکید می‌کردند و بر این باور بودند که بوتاکس به آنها در رسیدن به این اهداف کمک می‌کند. آنها بوتاکس را با احساس طراوت، شادابی و رضایت از خود مرتبط می‌دانستند. این مضمون را می‌توان در قالب نظریه گافمن و مکتب کنش متقابل نمادین تفسیر کرد (Goffman 1967). گافمن بر این امر تأکید می‌کند که چگونه افراد در جهت انطباق با هنجارهای زیبایی و پذیرش اجتماعی مشارکت می‌کنند. در نظریه گافمن زیبایی و جوانی به نشانه‌های نمادینی تبدیل می‌شوند که تعاملات اجتماعی و ادراک خود را شکل می‌دهند. نظریه ساخت اجتماعی هم بر این موضوع تأکید دارد که استانداردهای زیبایی تحت تأثیر شرایط و عوامل اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد. بر اساس این نظریه، ادراکات زیبایی و جوانی ثابت یا جهانی نیستند، بلکه از طریق توافقات جمعی و تفاهات مشترک در یک جامعه معین پدیدار می‌شوند. ساخت زیبایی یک فرآیند اجتماعی است که شامل مذاکره، پویایی قدرت و ارزش‌های فرهنگی است (Sarah Banet-Weiser, 2023: 33). در هر حال، مشارکت‌کنندگان این پژوهش در توصیف خود از تجربه‌های زیسته‌شان در خصوص تزریق بوتاکس به مفاهیمی نظیر «زیبایی و جوانی»، «ظاهر جذاب و زیبا»، «جوانی، از بین رفتن چین و چروک صورت» و «طراوت و زیبایی» اشاره می‌کردند. این یافته با نتایج پژوهش (Kasnakoglu, et al., 2021) که نشان داد جراحی زیبایی راهی راحت و سریع برای از بین بردن علائم فیزیکی پیری است، همسو می‌باشد.

برخی از مشارکت‌کنندگان در توصیف تجربه زیسته خود به نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در روی آوردن به تزریق بوتاکس تأکید داشتند و در این رابطه به مفاهیمی اشاره می‌کردند که در مضمون «فشارهای اجتماعی و هنجارهای زیبایی» طبقه‌بندی شده است. این مضمون با نظریه قدرت و انضباط فوکو قابل تفسیر است. وی استدلال می‌کند که استانداردهای زیبایی از طریق شیوه‌های انضباطی به صورت اجتماعی ساخته و اجرا می‌شوند. این شیوه‌ها از طریق تکنیک‌های نظارت و کنترل، شکل‌دهی به درک افراد از بدن خود و تأثیرگذاری بر پیگیری ایده‌آل‌های زیبایی عمل می‌کنند (Foucault, 2012, 21).

آنچه از فحوای کلام مشارکت‌کنندگان حاصل می‌شود این است که ساختارهای اجتماعی و شرایط اقتصادی به طور قابل توجهی شیوه‌های زیبایی را شکل می‌دهند. یافته‌های این تحقیق با برخی از تحقیقات پیشین نیز همسو است. مثلاً در مقوله «فشار اجتماعی» با تحقیق (Rezaei, et al. 2010) همسو است که نشان دادند مصرف‌گرایی، احساس فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای سه عامل مؤثر مدیریت بدن هستند. این یافته همچنین با نتایج پژوهش (Rafat 1386) همسویی دارد. وی در پژوهش خود به نقش عوامل اجتماعی در تعامل زنان با مد و زیبایی تأکید دارد. تأمل در اظهارات مشارکت‌کنندگان حاکی از این است که تعاملات و ارتباطات آنها با اطرافیان و انتظارات و خواسته‌های دیگران در زندگی آنها مهم بوده و همچنین تعریف و بازتعریف زیبایی در ساخت اجتماعی جامعه در تصمیم افراد برای تزریق بوتاکس تأثیرگذار می‌باشد. این مضمون را می‌توان با استفاده از نظریه تأثیر فرهنگ مصرف‌کننده تفسیر کرد. بوتاکس را می‌توان محصول فرهنگ مصرف‌کننده دانست؛ جایی که صنعت زیبایی جوانی را به عنوان یک ویژگی مطلوب، ترویج و کالایی

می‌کند.

یکی دیگر از مضمون‌های اصلی مستخرج از اظهارات مشارکت‌کنندگان این پژوهش در تجربه زیسته‌شان از تزریق بوتاکس «انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی» است. نظریه انتخاب عقلانی (Homans (1961: 43) بر فرآیندهای تصمیم‌گیری افراد بر اساس ارزیابی منطقی هزینه‌ها و پاداش‌ها متمرکز است. تجزیه و تحلیل انگیزه‌های شخصی و رفاه عاطفی در چارچوب نظریه انتخاب عقلانی شامل بررسی این موضوع است که چگونه افراد مزایای بالقوه انطباق با هنجارهای زیبایی و دنبال کردن برخی اقدامات زیبایی را در مقابل هزینه‌های بالقوه ارزیابی می‌کنند و چگونه این ملاحظات، انگیزه‌ها و بهزیستی عاطفی کلی آنها را شکل می‌دهند.

آنچه از فحوای کلام مشارکت‌کنندگان از تجربه زیسته‌شان برمی‌آید، این است که بسیاری از زنان به خاطر دستیابی به اعتماد به نفس در تعاملات و ارتباطات اجتماعی به بوتاکس روی می‌آورند. مشارکت‌کنندگان در این خصوص به مفاهیمی اشاره کردند که در مضمون اصلی «بازیابی اعتماد به نفس» طبقه‌بندی شده است. بهبود ظاهر فیزیکی افراد به احساس عزت نفس و رفاه کمک می‌کند. بوتاکس به عنوان راهی برای بازیابی اعتماد به نفس، به ویژه در مواجهه با مشکلات شخصی یا تجربه افسردگی است. تامل در اظهارات مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که چگونه استانداردهای زیبایی بر عزت نفس افراد، تعاملات و تصمیمات مربوط به عمل‌های زیبایی تأثیر می‌گذارد. برخی از مشارکت‌کنندگان به نتایج بعد از تزریق بوتاکس اشاره می‌کردند و این امر حاکی از تاثیر استانداردهای زیبایی اجتماعی است که پوست صاف و جوان را به عنوان نشانه جذابیت در اولویت قرار می‌دهد. برخی از آنها به پذیرش اجتماعی و احساس موفقیت در جامعه بعد از انجام بوتاکس اشاره می‌کردند و همه این موارد را مسیری برای بازیابی اعتماد به نفس خودشان می‌دانستند. این یافته با نتایج پژوهش‌های Movahhed, et al. (2010) همسو می‌باشد که نشان دادند مهم‌ترین عامل برای زیباسازی خود «اعتماد به نفس» است.

برخی از مشارکت‌کنندگان به ناآگاهی و اطلاعات محدود خود در خصوص بوتاکس و عوارض آن و مفاهیمی نظیر اطلاعات محدود، نداشتن فرصت مطالعه، فقدان دانش در خصوص بوتاکس، عجله و شتاب‌زدگی اشاره کردند که ذیل مضمون اصلی «داشتن آگاهی محدود از خطرات احتمالی» طبقه‌بندی شده است. به طور کلی، شرکت‌کنندگان از تصمیم خود برای انجام تزریق بوتاکس ابراز رضایت می‌کنند و آن را به عنوان وسیله‌ای برای مراقبت از خود و حفظ ظاهری جوان به دیگران توصیه می‌کنند. با این حال، تعداد کمی از شرکت‌کنندگان نیز بر اهمیت انجام تحقیقات کامل، جستجوی مشاوره حرفه‌ای و آگاهی از عوارض جانبی بالقوه تأکید می‌کنند. این امر نشان‌دهنده کمبود آگاهی زنان در این زمینه است، که بنظر می‌رسد با افزایش آگاهی از پیامدها، عوارض و هزینه‌های اجتماعی و روانی اعمال زیبایی می‌توان فرآیند تصمیم‌گیری را برای افراد تسهیل کرد.

نتیجه‌گیری

تأمل در اظهارات مشارکت‌کنندگان این پژوهش نشان می‌دهد که بسیاری از افراد تحت فشار اجتماعی و شتاب در



رسیدن به ظاهر مطلوب در جامعه بدون داشتن اطلاعات کافی اقدام به بوتاکس کرده‌اند. در مواردی هم فرد با توجه به هنجارهای زیبایی برساخته در جامعه با وجود آگاهی از عوارض و پیامدهای نامطلوب دستکاری بدن به این امر اقدام می‌کند. به یک معنا، می‌توان گفت که افراد در بسیاری از مواقع تحت تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات آنها قرار می‌گیرند و بخش بزرگی از اختیار خود را به آنها می‌دهند. در مورد بوتاکس هم وضعیت همین است.

تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

سپاسگزاری

پژوهشگران نهایت تشکر و قدردانی خود را از مشارکت‌کنندگان در این پژوهش ابراز می‌دارند.

References

- Azadeh Mafi, N., Nahidi, Y., Layegh, P.(2023). Quality of Life, Body Image and Personality Traits Among Women Receiving Botulinum Toxin Type a for Cosmetic Purposes. *Aesth Plast Surg* 47, 1542–1549 <https://doi.org/10.1007/s00266-022-03199-6>. [In Persian]
- Ashikali EM, Dittmar H, Ayers S. (2016). Adolescent girls' views on cosmetic surgery: A focus group study. *J Health Psychol* Jan;21(1):112-21. <https://doi.org/10.1177/1359105314522677>
- Abbaszadeh, M. (2012). A reflection on validity and reliability in qualitative research, *Journal of Applied Sociology*, year 23, number 45. (In Persian) https://jas.ui.ac.ir/article_18250.html
- Abazari Youssef, Hamidi Nafiseh, (2007). Sociology of the body and some conflicts, *Women's Research*,6(4);127-160. (In Persian) <https://www.sid.ir/paper/55488/fa>
- Bagheri, Masoumeh; Kiani, Sara; Hizbavi, Aziz (2021). Sociological study of factors affecting the tendency to cosmetic surgery, *Sociological Studies*, 29(1); 391-428. [In Persian] <https://doi.org/10.22059/jsr.2022.88967>
- Bahar Mehri, Vakili Ghazi Jahani Mohammad Reza, (2018). Discourse analysis of facial cosmetic surgeries, women in development and politics (*Women's Research*), 9(1);63-92. [In Persian] https://jwdp.ut.ac.ir/article_22493.html?lang=en
- Bonell,S, Austen, E, Griffiths S (2022). Australian women's motivations for, and experiences of, cosmetic surgery: A qualitative investigation, *Body Image*, 41; 128-139. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.02.010>
- Banet-Weiser, S. (2023). *The Most Beautiful Girl in the World: Beauty Pageants and National Identity*. United States: University of California Press.
- Bradshaw Hannah K., Randi Proffitt Leyva, Syllis C.A. Nicolas, Sarah E. Hill, (2019), Costly female appearance-enhancement provides cues of short-term mating effort: The case of cosmetic surgery, *Personality and Individual Differences*, Volume 138, Pages 48-55, ISSN 0191-8869, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.09.019>.
- Brown KE, Kim J, Stewart T, Fulton E, McCarrey AC. Positive, but Not Negative, Self-Perceptions



- of Aging Predict Cognitive Function Among Older Adults. *Int J Aging Hum Dev.* 2021 Jul;93(1):543-561. doi: 10.1177/0091415020917681. Epub 2020 May 1. PMID: 32354222.
- Conrad, P. (2007) *The Medicalization of Society*. Johns Hopkins University Press: Baltimore.
 - Danesh, Yunus (2015). Investigating the influencing factors on the tendency to cosmetic surgery among female students in Hormozgan University, *Bi quarterly journals of participation and social development*, 1(2);62-79. <https://doi.org/10.22084/csr.2022.25467.2042>
 - De Beauvoir, Simone. (2015). *The Second Sex*. London, England: Vintage Classics.
 - Enayat, H., & Mokhtari, M. (2019). Grounded theory about childhood socialization and women's body image: A case study of women undergone the rhinoplasty cosmetic surgery in Shiraz. *Social Psychological Studies of Women*, 7(1), 7-30. <https://doi.org/10.22051/JWSPS.2009.1347>
 - Fatehi, A., & Ekhlasi, E. (2008). Body management and its relationship with social body acceptance: Case study of women in Shiraz. *Strategic Study of Women*, 11(41), 9-42. <https://doi.org/20.1001.1.20082827.1387.11.0.12.1>
 - Ghalehbandi, M., & Afkham Ebrahimi, A. (2004). Personality patterns in cosmetic rhinoplasty patients. *International Journal of Psychiatry in Clinical Practice*, 9(4), 4-10. <http://ijpcp.iums.ac.ir/article-1-144-fa.html>
 - Ho-Hong Ching Boby, Teng Xu Jason, (2019). Understanding cosmetic surgery consideration in Chinese adolescent girls: Contributions of materialism and sexual objectification, *Body Image*, Volume 28, Pages 6-15, ISSN 1740-1445. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.001>.
 - Jones, K., & Pitts, V. (2013). Botox as a cosmetic treatment: A visual and cultural analysis. *Journal of Aging Studies*, 27(4), 329-337.
 - Kasnakoglu Berna Tari. (2021). Dynamic identities and self-perception of aging: The case of Turkish cosmetic surgery patients, *Journal of Aging Studies*, Volume 59, 100976, ISSN 0890-4065 , <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2021.100976>.
 - Katz S & Gish J (2016). Aging in the Biosocial Order: Repairing Time and Cosmetic Rejuvenation in a Medical Spa Clinic, *The Sociological Quarterly*, 56:1, 40-61, DOI: 10.1111/tsq.12080.
 - Kuczynski Alex,(2006). *Beauty Junkies: Inside Our \$15 Billion Obsession With Cosmetic Surgery*, Doubleday; First Edition (October 1, 2006).
 - Khanzadeh M, Aghamohamadi S. Media use and the tendency for cosmetic surgery among young Iranian women: A structural model.(2023). *Journal of Fundamentals of Mental Health* 25(1): 59-67. <https://doi.org/10.22038/jfmh.2023.22119>
 - Keivan Ara, M., Ismaili, R., Yasadi, F. (2009). The role of the family in internalizing cultural values in 14-18-year-old girls of Sheikh Fazl A. Nouri High School, Isfahan, *Sociology* 5(2) :115-128.(In Persian) <https://www.sid.ir/paper/185115/fa>
 - Khaje Nouri B., Moghads A. (2008). The relationship between the perception of the body and the process of globalization, a case study: women in the cities of Tehran, Shiraz, and Esteban, *Isfahan University Humanities Research Journal* 20 (1) 1-24. [In Persian] <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20085745.1388.20.1.1.3>
 - Mette Hermans Anne .(2022). Lifting, sculpting, and contouring: Implications of the blurred boundary between cosmetic procedures and ‘other’ beauty products/services, *Poetics*, Volume 90, ISSN 0304-422X, <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101610>.



- Mahmoudi, Yesri; Muhaddi Gilvai, Hassan (2016). Sociological study of the body industry: (qualitative study of the reasons and consequences of cosmetic surgeries of women living in Tehran). *Women in Development and Policy* 58(15): 523-547. [In Persian]
- Movahed, Majid, Ghafari Nasab, Esfandiar, Hosseini Maryam .(2009). Makeup and Social Life of Young Girls, *Women in Development and Politics (Women's Research)*. 8(1): 105-79. [In Persian]
- Mehrparvar, S. (2018). Phenomenology of body management patterns of female users on Instagram. *Satellite and New Media Studies* 20(2): 49-82. [In Persian] <https://doi.org/10.22034/ssys.2023.2446.2763>
- Ornella Evens, Sarah E. Stutterheim, Jessica M. Alleva, (2021). Protective filtering: A qualitative study on the cognitive strategies young women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram, *Body Image*, Volume 39, Pages 40-52, ISSN 1740-1445, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.002>.
- Rezaei, A., Inanko, M., Fakhri, M. (2010). Body management and its relationship with social factors/among Mazandaran University girls." *Women's Strategic Studies* 47(12): 141-170. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20082827.1389.12.0.16.6>
- Rafat Jah, M. (2007). Women's Human Identity in the Challenge of Makeup and Fashion, *Women's Strategic Studies (Women's Book)*, 10(38): 179-135. (In Persian) <https://doi.org/10.22051/jwfs.2024.43281.2966>
- Sower, Dream; Tekloi, Samia (2017). Comparison of appearance schema and emotional processing in people applying and not applying botox injection, *Journal of Ardabil University of Medical Sciences*, 18(3): 368-379. <http://dx.doi.org/10.29252/jarums.18.3.367>
- Sarwer David B., (2019). Body image, cosmetic surgery, and minimally invasive treatments, *Body Image*, 3:302-308.
- Stefanile, C., Nerini, A., & Matera, C. (2014). The factor structure and psychometric properties of the Italian version of the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale. *Body Image*, 11(4), 370-379. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.05.003>
- Sahib al-Zamani, Mohammad; Dalavaran, Firuzeh; Zahid Pasha, Bahare (2021). Self-esteem, satisfaction and attitude towards the durability of drug effect in people applying for Botox in selected clinics in Tehran. *Thought and Behavior in Clinical Psychology* 60(16): 91-101. [In Persian]
- Wolf, N. (2013). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women*. United Kingdom: Random House.
- Waldman, A., Maisel, A., Weil, A., Iyengar, S., Sacotte, K., Lazaroff, J. M., Kurumety, S., Shaunfield, S. L., Reynolds, K. A., Poon, E., Robinson, J. K., & Alam, M. (2019). Patients believe that cosmetic procedures affect their quality of life: An interview study of patient-reported motivations. *Journal of the American Academy of Dermatology*, 80(6), 1671-1681. <https://doi.org/10.1016/j.jaad.2018.10.037>
- Wu, Y., Mulkens, S., & Alleva, J. 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(3), 30-49. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.07.001>

- Zargaran, D. , Zargaran, A., Sousi, S., Knight, D., Cook, H., Woollard, A., Davies, J., Weyrich, T., Mosahebi, A. (2023). Quantitative and qualitative analysis of individual experiences post botulinum toxin injection - United Kingdom Survey, *Skin health and disease*, 3(5);145-156. <http://dx.doi.org/10.1002/ski2.265>
- Zare, B. & Fallah, M. (2013). Investigating the lifestyle of young people in Tehran and the factors affecting it, *Far Cultural Research Quarterly*, 5(4), 75-105.(In Persian) <https://doi.org/10.7508/ijcr.2012.20.004>

