



ALEXANDRU IOAN CUZA UNIVERSITY of IAȘI

Școala Doctorală de Filosofie și Științe Social-Politice

Rezumatul tezei de doctorat

**Impactul statutului social și al stării emoționale și de sănătate
asupra dorinței de a urma tratamente estetice în rândul bărbaților
și femeilor**

Conducător de doctorat: Prof. univ. dr. Ștefan Marian COJOCARU

Student-doctorand: Svetlana NIKSON

Iași, 2025

Cuprins

| | |
|---|-----------|
| ABSTRACT | 3 |
| INTRODUCERE | 4 |
| Decalajul de cunoștințe în domeniu | 4 |
| I. CONTEXTUL TEORETIC ȘI PRINCIPALELE CONCEPTE | 5 |
| I.1. Calitatea vieții | 6 |
| I.2. Medicină estetică | 6 |
| II. TRECERE ÎN REVISTĂ A LITERATURII DE SPECIALITATE | 6 |
| II.1 Sociologia - Cercetarea societății (Eisenstadt, 1982; Ellwood, 1907) | 7 |
| II.2 Teoria integrării sociale (Blau, 1960) | 7 |
| II.3 Sociologia corpului și genealogia puterii (Foucault, 1979) | 7 |
| II.4 Teoria interacțiunii simbolice (Goffman, 1961) | 8 |
| II.5 Mesaje sociale în medicina estetică | 8 |
| II.6 Clinici de estetică și tratamente estetice | 9 |
| II.7 Variabile de personalitate și tipuri de pacienți | 9 |
| II.8 Credințe culturale și teorii sociale | 10 |
| II.9 Genul în medicina estetică | 11 |
| II.10 Impactul preferințelor sexuale | 12 |
| II.11 Impactul pandemiei de COVID-19 asupra practicilor estetice | 12 |
| III. METODOLOGIE | 13 |
| III.1 Paradigma cercetării | 13 |
| III.2 Obiectivele cercetării | 13 |
| III.3 Întrebările de cercetare | 13 |
| III.4 Ipotezele cercetării | 14 |
| III.5 Variabilele de cercetare | 14 |
| III.6 Participanții la cercetare | 15 |
| III.7 Instrumente de cercetare | 15 |
| III.8 Design-ul cercetării | 16 |
| III.9 Triangulare, validitate și fiabilitate | 17 |
| III.10. Analiza datelor | 18 |

| | |
|---|-----------|
| III.11 Considerații de natură etică | 18 |
| IV. REZULTATE | 19 |
| IV.1 Rezultatele derivate din Întrebarea de cercetare nr. 1 | 19 |
| IV.2 Rezultate derivate din Întrebarea de cercetare nr. 2 | 21 |
| IV.3 Rezultate derivate din Întrebarea de cercetare nr. 3 | 22 |
| IV.4 Rezultate derivate din Întrebarea de cercetare 4 | 23 |
| V. DISCUȚII | 25 |
| V.1 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 125 | |
| V.2 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 227 | |
| V.3 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 328 | |
| V.4 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 428 | |
| VI. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI | 30 |
| VI.1 Concluzii | 30 |
| VI.2 Recomandări | 31 |
| Referințe bibliografice | 33 |

Lista tabelor

| Nr. | Denumire Tabel | Pagina |
|-----|----------------------|--------|
| 1 | Design-ul cercetării | 18 |

Listă de figuri

| Nr. | Denumire Figură | Pagina |
|-----|-------------------|--------|
| 1 | Cadrul conceptual | 6 |

ABSTRACT

De-a lungul timpului, percepția asupra corpului uman a fost afectată de modul în care indivizii se percep pe ei înșiși, precum și de modul în care sunt percepuți de ceilalți. Au existat dintotdeauna diverse ceremonii, obiceiuri și tratamente utilizate pentru a înfrumuseța, împodobi și schimba forma și dimensiunea diverselor părți ale corpului uman. Evoluțiile recente din domeniul medical, în special cele din medicina estetică, au făcut ca idealurile teoretice de frumusețe să fie mai ușor de atins. În societatea modernă, în care corpul este din ce în ce mai mult perceput ca „proiect și proces”, procedurile estetice sunt considerate o investiție pe termen lung, asociată cu un grad crescut de prestigiu, respect și avantaje sociale.

S-a demonstrat științific că aspectul exterior al unei persoane se află în strânsă legătură cu statutul socio-personal al acesteia. Recenta pandemie de COVID-19 a accelerat în mod dramatic utilizarea la nivel global a aplicațiilor online pentru programarea întâlnirilor, a sporit gradul de conștientizare a oamenilor cu privire la aspectul lor și a evocat un interes crescut pentru diverse tratamente estetice. Acest fenomen, denumit în prezent „efectul Zoom”, subliniază impactul pozitiv al procedurilor estetice asupra stării emoționale a indivizilor.

Prezentul studiu analizează impactul aspectului fizic asupra statutului social al indivizilor, acțiunile motivate social de transformare a aspectului fizic și modul în care teoriile și paradigmele științelor sociale explică acest impact.

Cuvinte cheie: sociologia corpului, medicină estetică, tehnică corporală, stil de viață, tratamente estetice.

INTRODUCERE

Prezentul studiu investighează efectul unor anumite situații de natură socială, emoțională și medicală asupra asupra înființării clinicilor estetice, asupra nevoii bărbaților și femeilor de a beneficia de tratamente estetice și asupra tendințelor care se definesc pentru viitor în acest domeniu. Prezenta cercetare își propune, astfel, să exploreze modul în care frumusețea și tratamentele estetice ar putea ajuta indivizii în dobândirea, dezvoltarea și internalizarea identității lor sociale și de sine, precum și modul în care aceștia vor fi capabili să se adapteze anumitor unități de referință și societății în general.

Parker, sociolog care a efectuat o cercetare calitativă aprofundată asupra chirurgiei estetice, a arătat că această „chirurgie a frumuseții” a fost inițial percepută ca fiind lipsită de sens și a continuat să rămână un concept cu conotații negative până la începutul secolului al XIX-lea. Punctul de cotitură în atitudinea socială față de tehnicile chirurgicale menite să îmbunătățească aspectul fizic a fost reprezentat de dezvoltarea intervențiilor chirurgicale în urma celor două războaie mondiale. Primele intervenții chirurgicale de acest tip s-au concentrat pe îmbunătățirea aspectului soldaților răniți. Imaginea corporală este corelată pozitiv cu sănătatea fizică și mentală (Zawodny et al., 2021).

Decalajul de cunoștințe în domeniu

Paoli și PrOacci (2019) au examinat două tipuri de tratament care au fost inițial asociate cu tratamentele estetice. Zawodny *et al.* (2021) au investigat efectele pandemiei COVID-19 și diferența dintre creșterea cererilor de chirurgie estetică și scăderea din domeniul chirurgiei plastice. Cu toate acestea, din câte cunoaștem, nu există până în prezent studii care să fi comparat nevoia de tratamente estetice în rândul bărbaților și al femeilor. Nu se observă diferențe între numărul bărbaților și cel al femeilor care apelează la aceste proceduri, ceea ce conduce la nevoia de a identifica impactul unor situații de natură socială, emoțională și orientate spre sănătate asupra dorinței bărbaților și femeilor de a beneficia de tratamente estetice în clinici specializate.

I. CONTEXTUL TEORETIC ȘI PRINCIPALELE CONCEPTE

Studiul 1 constituie cadrul conceptual al prezentei cercetări. Rezultatele cercetării au indicat diferențe semnificative în ceea ce privește percepția de sine și bunăstarea mentală între cele două grupuri de participanți la cercetare (formate din participanți care au urmat tratamente estetice și participanți care nu au apelat la astfel de proceduri). În plus, rezultatele au indicat faptul că anumite caracteristici demografice, cum ar fi apartenența sexuală, orientarea sexuală, precum și autopercepția fizică, socială și emoțională, au reprezentat variabile mediatoare cu un efect direct care au făcut legătura între caracteristicile demografice și tratamentele și bunăstarea mentală a participanților.

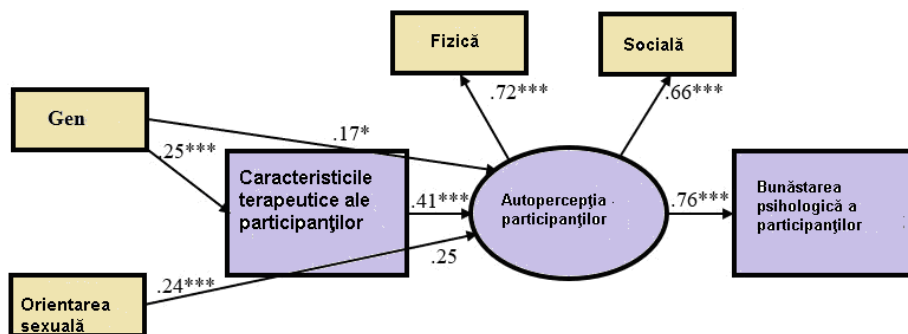


Figura 1 : Cadrul conceptual

Vom oferi în continuare o explicație detaliată a fiecărui concept prezentat în model.

I.1. Calitatea vieții

„Calitatea vieții poate fi clasificată în funcție de cinci dimensiuni: bunăstarea fizică, bunăstarea materială, bunăstarea socială, bunăstarea emoțională și dezvoltarea și activitatea.”

Interrelațiile complexe dintre factorii care afectează decizia unei persoane de a se supune unor proceduri estetice pot fi clasificate în funcție de trei aspecte principale: variabilele care țin de personalitate (caracteristicile individuale, stima de sine și imaginea corporală); convingerile culturale (standardele societale de frumusețe, rolurile de gen) și variabilele legate de marketing (publicitatea, impactul mediatic, recomandările celebrităților). Este esențial să se înțeleagă acești factori interrelaționați pentru a înțelege motivațiile care stau la baza deciziei unei persoane de a se supune operațiilor estetice, precum și pentru a dezvolta intervenții care să răspundă în mod eficient preocupărilor asociate cu impactul acestor intervenții (Baksi, 2021).

I.2. Medicina estetică

Medicina estetică este un domeniu al medicinei care se ocupă cu prevenirea îmbătrânirii pielii și îmbunătățirea atractivității fizice a pacienților prin reconstrucția sau îmbunătățirea *aspectului natural*. Pe de altă parte, medicina accelerează tendința de a percepe corpul uman dintr-o perspectivă „comercială”, în sensul că acesta se transformă într-o marfă cu preț și valoare de piață definite în funcție de investițiile de care a beneficiat. Dezvoltarea tehnologiilor medicale a făcut ca oamenii să perceapă corpul ca pe un ambalaj care poate fi „reproiectat” sau redefinit în scopul atractivității în relațiile sociale.

II. TRECERE ÎN REVISTĂ A LITERATURII DE SPECIALITATE

Accentul sporit pus în epoca actuală pe aspectul corpului uman reflectă impactul tot mai mare al acestei chestiuni asupra societății și asupra științelor sociale. Acest aspect care, pentru o perioadă foarte lungă de timp, a fost neglijat sau pur și simplu considerat un subiect marginal, a devenit astăzi un fenomen central care necesită o investigație aprofundată.

Corpul ca obiect social: Astăzi, sociologii recunosc că trupul ca „obiect social” a devenit un subiect major de cercetare. Nu este vorba aici doar de o chestiune ce ține de estetică, de modă sau de aspectul exterior, ci mai degrabă o parte a reprezentării sociale a corpului și a sinelui în viața colectivă. (Romeo, 2020).

Teoria integrării sociale (Blau, 1960) și teoria interacțiunii simbolice (Goffman, 1961) explică acest interes considerabil crescut pentru tratamentele estetice ca fenomen social.

II.1 Sociologia - Cercetarea societății (Eisenstadt, 1982; Ellwood, 1907)

„Societatea” este un concept complex, al cărui semnificație include „fenomenele economice, politice, morale, religioase, educaționale și alte de altă natură care rezultă din interacțiunile dintre indivizi”. Sociologia investighează tipurile de interacțiune dintre indivizi într-un anumit grup și la un moment dat, precum și modul în care anumite forțe sau impactul acestora acționează și conferă societății formă sau o structură ordonată. (Eisenstadt, 1982; Ellwood, 1907)

II.2 Teoria integrării sociale (Blau, 1960)

Teoria integrării sociale (Blau, 1960) aparține școlii funcționaliste de gândire și susține că integrarea socială există într-un grup dacă relațiile de atracție îi unesc pe membrii acestuia. Această abordare teoretică se concentrează, ca atare, pe rolurile, acordurile și valorile comune care prevalează în fiecare societate. Societatea modernă promovează oamenii tineri și frumoși, iar membrii acestei societăți consideră că merită și este corect să ai o aparență de om tânăr, atrăgător și de succes.

II.3 Sociologia corpului și genealogia puterii (Foucault, 1979)

Sociologia corpului este o ramură de cercetare a științelor sociale care se ocupă de rolul pe care corpul uman îl joacă în procesele de interacțiune socială, istorică și culturală.

Filosoful francez Foucault (1979) a fost unul dintre fondatorii abordării teoretice a sociologiei corpului. Ideile și conceptele pe care le-a formulat cu privire la „tehnicile corpului” au avut un impact semnificativ asupra pozițiilor

și abordărilor teoretice din acest domeniu. În lucrarea sa reprezentativă, intitulată „Corpul ca domeniu al puterii”, Foucault a examinat locul pe care corpul femeii îl deține în societate.

II.4 Teoria interacțiunii simbolice (Goffman, 1961)

Teoria interacționismului simbolic (Goffman, 1961) este o altă paradigmă sociologică care abordează relația dintre aspectul exterior și relațiile sociale. Conform acestei teorii, realitatea socială se bazează pe interacțiunile dintre membrii societății, care sunt fundamentate pe simboluri și interpretări. Teoria interacționismului simbolic susține că oamenii compară și aleg un anumit grup din societate în funcție de valorile și simbolurile acestuia, printre care se numără inclusiv aspectul exterior. Indivizii simt nevoia să își aprobe identitatea și percepția de sine în timpul interacțiunii sociale.

Goffman (1961) subliniază că indivizii își prezintă apartenența la o anumită clasă socială prin activitate și aspect fizic, străduindu-se să adopte un mod de viață individual valoros. Un aspect de importanță mai redusă este faptul că oamenii mențin un anumit nivel de interacțiune cu diverse aspecte legate de mediul lor social. Prin manipularea impresiei asupra altor persoane, indivizii își pot atinge obiectivele.

II.5 Mesaje sociale în medicina estetică

În mediul social percepția generală este că intensitatea atracției fizice declanșată de nivelul de frumusețe și estetică contribuie la o mai bună funcționare a indivizilor în societate. În societatea modernă, oamenii fac parte simultan dintr-un număr mare de grupuri. Prin aplicarea mecanismelor de supraveghere socială, fiecare grup se asigură de conformitatea membrilor săi cu normele, valorile și regulile de comportament considerate acceptabile în cadrul respectivului grup. Uneori, indivizii se regăsesc în situația de a alege între diferitele norme, adesea contradictorii, ale grupurilor lor de referință.

Prin cercetarea pe care am efectuat-o am încercat să redefinim „relația dintre social media, stima de sine și decizia de a se supune chirurgiei estetice, subliniind semnele de avertizare pentru identificarea tulburărilor dismorfice ale corpului în scopul gestionării optime a pacienților din acest domeniu”. (Renamor *et al.*, 2024).

„Platformele social media, precum Instagram și Snapchat, joacă un rol cheie în modelarea motivațiilor pentru chirurgia estetică, promovând în același timp imagini ideale și prelucrate digital. O revizuire sistematică care a inclus 25 de studii cu 13.731 de participanți, a arătat că 70 % dintre femeile tinere și 60 % dintre bărbații tineri erau nemulțumiți de imaginea lor corporală, ceea ce

i-a determinat să ia din ce în ce mai mult în considerare posibilitatea apelării la anumite proceduri chirurgicale”. (Mironica *et al.*, 2024)

Singer și Papadopoulos (2024) au examinat principalii factori care contribuie la ideea de frumusețe a feței, printre care se numără: raportul de aur, proporțiile ideale, simetria și proprietățile faciale unice, precum și efectele culturale și evolutive asupra percepției frumuseții. Mai mult decât atât, studiul elaborat de cei doi autori a explorat impactul social media asupra modelării percepțiilor moderne privitoare la frumusețe, subliniind, de asemenea, importanța existenței unei diversități a standardelor de frumusețe, astfel încât societatea să celebreze unicitatea fiecărei persoane (Singer & Papadopoulos, 2024).

II.6 Clinici de estetică și tratamente estetice

Serviciile de medicină estetică sunt furnizate în clinici de estetică care includ infrastructuri fizice, precum și cunoștințele și competența terapeuților. Tratamentele estetice care sunt oferite în clinici previn îmbătrânirea pielii și îmbunătățesc calitatea vieții pacienților

Un studiu empiric pe 48 de participanți, realizat de Seetan *et al.* (2024), a examinat relația dintre tratamentele cosmetice și narcisism prin teste asupra dimensiunii psihologice a comportamentului pacienților. Rezultatele au indicat două profiluri narcisiste - grandios și vulnerabil - în rândul pacienților care au urmat tratamente cosmetice, precum și niveluri mai ridicate de suferință psihică, comparativ cu cei care nu au urmat astfel de tratamente.

Tratamentele estetice care includ „proceduri electivă și anti-îmbătrânire” reprezintă un tip de intervenție chirurgicală efectuată în principal ca urmare a dorinței de a obține atractivitatea fizică, frumusețe eternă, tinerețe, satisfacție și încredere în sine (Jones, 2008; Mendes *et al.*, 2023)

II.7 Variabile de personalitate și tipuri de pacienți

Rolul acestor operații în ameliorarea sau chiar eliminarea, din perspectivă psihologică a „complexului de inferioritate” contribuie în mare măsură la rezolvarea dilemelor privind legitimitatea chirurgiei estetice. Astfel, ideea conform căreia aspectul fizic are un impact puternic asupra sănătății mintale a devenit unul fiabil. Capacitatea demonstrată a chirurgiei estetice de a aborda problemele psihologice subiacente, precum complexul de inferioritate, a jucat un rol major în legitimizarea acestui domeniu (Edmonds, 2013).

Un studiu realizat de Song *et al.* (2021), axat pe populația sud-coreeană, a prezentat o serie de interviuri cu persoane de ambele sexe care au atestat că prin intermediul chirurgiei estetice au reușit să-și remodeleze percepția despre sine și să-și creeze un sine mai dezirabil.

Pentru a ajuta pacienții să facă față anxietății asociate cu intervenția estetică, se acordă o importanță sporită consolidării încrederii acestora și creșterii sentimentului de „autoeficacitate și încredere în sine” în rândul pacienților. Astfel, pacienții cu un sentiment mai ridicat de „autoeficacitate” tind să facă față mai bine procesului de intervenție estetică și să obțină un grad mai ridicat de satisfacție în privința rezultatelor. (Wang *et al.*, 2024)

În cadrul prezentei cercetări am explorat relația dintre dimensiunea corporală și personalitate prin intermediul Stereotype Content Model (Modelul de conținut al stereotipurilor). Rezultatele au indicat că persoanele corpulente sunt percepute ca având un grad scăzut de competență, dar o personalitate caldă, în timp ce percepția asupra persoanelor cu dimensiuni corporale medii este la polul opus, iar persoanele cu dimensiuni corporale reduse sunt percepute ca incompetente și reci din punct de vedere al personalității (Kranz, 2024)

II.8 Credințe culturale și teorii sociale

Mass-media tinde adesea să afișeze o reprezentare nerealistă a corpurilor slabe sau a celor bine făcute. Această reprezentare afectează percepția publicului asupra idealului corporal, ducând la adoptarea unor standarde intransigente și, uneori, de neatins. Una din mișcările care a luat naștere chiar în cadrul social media, a avut ca obiectiv sfidarea acestor idealuri limitative prin promovarea unei abordări deschise și mai diversificate a corpului uman. Stein *et al.* (2024) au efectuat un studiu bazat pe două teste, în urma cărora s-a constatat că expunerea la conținuturi care promovau o abordare pozitivă a corpului a schimbat percepția asupra idealului feminin, prin includerea unei mai mari varietăți de aspecte corporale, începând de la un corp subțire până la un corp cu dimensiuni mai generoase.

Un studiu IMPACT subliniază efectele factorilor socio-culturali, precum identitatea generațională și expunerea digitală, asupra preferințelor estetice (Rahman *et al.*, 2024). Studiul sugerează o abordare inovatoare care se bazează pe personalizarea tratamentelor, luând în considerare diferite arhetipuri de pacienți cu scopul de a îmbunătăți atât gradul de satisfacție în rândul acestora, cât și rezultatele tratamentului. Această abordare se pliază pe tendințele aflate în continuă schimbare din domeniul medicinei estetice și are

scopul de a consolida o practică dinamică și flexibilă, adaptată la nevoile variate și în evoluție ale pacienților din epoca modernă (Rahman *et al.*, 2024).

Williams *et al.* (2024) au sugerat un model conceptual care a explicat modul în care imaginile de control și stereotipurile rasiale au contribuit la formarea standardelor de frumusețe și a percepțiilor asupra imaginii corporale în rândul femeilor de culoare din America, cu impact negativ asupra sănătății mintale a acestora.

Mohamed (2024) a investigat acțiunile de procesare și percepție în contexte sociale, examinând în același timp rolul cheie pe care stimulentele vizuale, precum fața sau anumite părți ale corpului îl pot avea în ceea ce privește atenția sau procesul decizional. Rezultatele acestui studiu subliniază rolul unic pe care îl joacă aspectul facial în ceea ce privește stimularea atenției și procesarea mai rapidă decât în cazul altor obiecte vizuale, spre deosebire de alte părți ale corpului care nu câștigă aceeași preferință de procesare.

II.9 Genul în medicina estetică

În acest context, conceptul de gen reprezintă un termen care se concentrează pe comparația dintre bărbați și femei din punctul de vedere al consumului de tratamente estetice. Femeile tind să apeleze la tratamente și proceduri estetice mai mult decât bărbații. (Zawodny *et al.*, 2021)

Sarwer *et al.* (2024) au investigat aspectele psihologice ale tratamentelor estetice chirurgicale și non-chirurgicale în rândul bărbaților și femeilor. Autorii au constatat că majoritatea studiilor s-au axat pe femei, care constituie aproximativ 90% din numărul total al pacienților care apelează la astfel de proceduri.

Singh *et al.* (2024) au constatat o corelație pozitivă între atribute precum sănătatea, fericirea, feminitatea și atracția, precum și o corelație negativă între aceste atribute și creșterea vârstei percepute, după cum se observă din fotografiile frontale ale femeilor preluate dintr-o bază de date cu imagini faciale.

Concluziile împărtășite de Singh *et al.* (2024) subliniază necesitatea unei abordări holistice a chirurgiei reconstructive faciale, în special în cazul femeilor, cu scopul de a combina reconstrucția funcțională cu o îmbunătățire estetică. Accentul pe aceste aspecte ar permite un răspuns satisfăcător nu numai la nevoile fizice ale pacienților, ci și la bunăstarea lor emoțională și la sentimentul de identitate.

Cercetarea realizată de Societatea Internațională de Chirurgie Plastică Estetică (2024) a analizat datele și experiența chirurgilor plasticieni în domeniul esteticii pe o perioadă de 14 ani, subliniind noile tendințe în

domeniu. În ceea ce privește chirurgia estetică pentru bărbați, studiul a relevat că numărul bărbaților care se supun procedurilor estetice a rămas neschimbat - aproximativ 14% - în ultimii ani. Cu toate acestea, cererea de tratamente estetice dedicate bărbaților prezintă o tendință de creștere.

II.10 Impactul preferințelor sexuale

În zilele noastre, societatea modernă acordă o valoare ridicată aspectului exterior și atractivității, bărbații având tendința de a acorda o prioritate mai mare aspectului fizic al partenerelor/partenerilor lor. Prin urmare, femeile heterosexuale și bărbații homosexuali pun un puternic accent pe atractivitatea lor fizică. (Rashid *et al.*, 2021)

Motivațiile personale care conduc la decizia de a recurge la chirurgia estetică sunt variate și complexe, căutarea unei imagini corporale idealizate stând în mod frecvent la baza procesului decizional al pacienților. Stima de sine scăzută reprezintă un factor dominant care sporește dorința oamenilor de a avea un corp perfect. Aceasta poate rezulta din diverse surse, printre care insecuritatea personală, presiunile exercitate de societate și imaginea corporală negativă. (Rashid *et al.*, 2021)

II.11 Impactul pandemiei de COVID-19 asupra practicilor estetice

Pandemia de COVID-19 a produs schimbări fără precedent în paradigma întregii lumi. Ca urmare, a efectelor acestei pandemii, numeroase guverne au impus restricții și reguli de distanțare socială care au afectat numeroase domenii de activitate, inclusiv serviciile medicale (Nikson & Cojocaru, 2024).

Un studiu efectuat de Li *et al.* (2024) a examinat impactul pe care măsurile sociale și de sănătate publică (PHSM) puse în aplicare în timpul pandemiei de COVID-19 l-au avut asupra practicilor medicale și asupra preferințelor publicului pentru procedurile cosmetice. Analiza datelor din spitalele publice și private a indicat că aceste măsuri sociale și de sănătate publică au avut un efect diferit asupra domeniului de aplicare a tratamentelor în diferite tipuri de spitale.

Khan *et al.* (2024) au examinat corelația dintre utilizarea social media și dorința indivizilor de a se supune unor proceduri cosmetice, în special în timpul pandemiei de COVID-19.

Studiul efectuat de Liao *et al.* (2024) a explorat interesul publicului pentru chirurgia plastică în urma pandemiei de COVID-19. Acest studiu a

utilizat Google Trends în scopul analizării datelor de cercetare între anii 2019-2022. Studiul s-a axat pe o serie de proceduri cosmetice faciale și corporale efectuate în Statele Unite.

III. METODOLOGIE

III.1 Paradigma cercetării

Prezentul studiu este realizat în conformitate cu paradigma metodelor mixte (abordări cantitative și calitative). Pentru o alegere optimă a metodei de cercetare, trebuie să luăm cu mare atenție în considerare atât obiectivele cercetării, cât și întrebările de cercetare, ținând cont de faptul că modul în care sunt formulate întrebările afectează demersul de cercetare necesar pentru a oferi răspunsuri la respectivele întrebări (Blaxter *et al.*, 2010; Punch, 2000).

III.2 Obiectivele cercetării

1. Explorarea impactului unei situații sociale, emoționale și orientate spre sănătate asupra dorinței de a urma tratamente estetice în rândul bărbaților și femeilor.
2. Explorarea relației dintre calitatea vieții, starea civilă și aspectele socio-demografice asupra dorinței de a urma tratamente estetice în rândul bărbaților și femeilor.
3. Explorarea percepției pacienților cu privire la dorința de a urma tratamente estetice în timpul pandemiei de COVID-19.

III.3 Întrebările de cercetare

1. Există diferențe în ceea ce privește nivelul conceptului despre sine între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanți care au urmat tratamente estetice și participanți care nu au urmat tratamente estetice) și cele două grupuri clasificate în funcție de gen (bărbați și femei)?
2. Există diferențe în ceea ce privește gradul de bunăstare mentală între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanți care au urmat tratamente estetice și participanți care nu au urmat tratamente estetice) și cele două grupuri clasificate în funcție de gen (bărbați și femei)?

3. Există diferențe semnificative între cele două grupuri de participanți la cercetare în ceea ce privește caracteristicile lor demografice și terapeutice?
4. Care este percepția pacienților cu privire la dorința de a urma tratamente estetice înainte și în timpul pandemiei de COVID-19?

III.4 Ipotezele cercetării

1. Există o diferență semnificativă între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanții care au urmat tratamente estetice și participanții care nu au urmat tratamente estetice) în ceea ce privește nivelul conceptului despre sine. Nivelul conceptului despre sine va fi semnificativ mai ridicat în rândul participanților care au urmat tratamente estetice comparativ cu participanții care nu au urmat tratamente estetice.
2. Există o diferență semnificativă între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanții care au urmat tratamente estetice și participanții care nu au urmat tratamente estetice) în ceea ce privește gradul de bunăstare psihică. Gradul de bunăstare mentală va fi semnificativ mai ridicat în rândul participanților care au urmat un tratament estetic în comparație cu participanții care nu au urmat tratamente estetice.
3. Există diferențe semnificative între cele două grupuri de cercetare în ceea ce privește caracteristicile lor demografice și terapeutice. Există o contribuție unică a variabilei care stă la baza formării grupului (participanți care au urmat sau nu tratamente estetice) și a autoconceptului de sănătate fizică și socială, dincolo de caracteristicile demografice și terapeutice ale participanților la cercetare la varianța explicată (EPV) a gradului de bunăstare psihică a participanților.
4. Există o diferență semnificativă în ceea ce privește percepția pacienților asupra dorinței de a urma tratamente estetice înainte și în timpul pandemiei de COVID-19.

III.5 Variabilele de cercetare

Studiul 1:

Variabile independente:

1. *Grupuri de cercetare:* participanți care au fost supuși unor tratamente estetice, participanți care nu au fost supuși unor tratamente estetice.

2. *Caracteristicile demografice* ale participanților, precum: vârsta, nivelul de educație, nivelul veniturilor etc.

Variabile dependente:

- A. *Conceptul de sine al participanților* - TSCS (Tennessee Self Concept Scale).
- B. *Bunăstarea mentală a participanților* - WHO5 (Organizația Mondială a Sănătății - Five Well-Being Index/Scala OMS 5 privind bunăstarea psihologică).

Studiul 2:

Variabile independente:

1. Repere temporale: înainte (T1) și după (T2) efectuarea tratamentelor estetice în timpul pandemiei de COVID-19.
2. Apartenența de gen: Bărbați care supuși tratamentelor estetice în timpul pandemiei de COVID-19 și femei supuse tratamentelor estetice în timpul pandemiei de COVID-19.
3. Caracteristicile demografice ale participanților, precum: vârsta, nivelul de educație, nivelul veniturilor etc.

Variabile dependente

- C. *Conceptul de sine al participanților* - TSCS (Tennessee Self Concept Scale).
- D. *Bunăstarea mentală a participanților* - OMS-5 (Organizația Mondială a Sănătății - Five Well-Being Index).

III.6 Participanții la cercetare

Participanții la cercetare sunt împărțiți în două grupuri principale: proprietari de clinici de medicină estetică și pacienți. Grupul pacienților este subdivizat în două categorii:

1. Participanți care au fost supuși unor tratamente estetice și participanți care nu au fost supuși unor tratamente estetice.
2. Participanți care vor urma tratamente estetice în timpul pandemiei de COVID-19 și femei care vor urma tratamente estetice în timpul pandemiei de COVID-19.

III.7 Instrumente de cercetare

Chestionar privind conceptul de sine - TSCS (Tennessee Self-Concept Scale)

Scala Tennessee Self-Concept (TSCS) este o scală multidimensională de autoevaluare a conceptului de sine, concepută în 1965 de W. H. Fitts. Chestionarul a fost modificat de mai multe ori, cea mai recentă revizuire având loc în 1996. TSCS-2 este versiunea actuală a scalei atât în format pentru copii, cât și pentru adulți. .

Chestionar privind bunăstarea psihologică - WHO5 (Scala OMS privind bunăstarea psihologică)

Scala cu 5 elemente privind bunăstarea psihologică stabilită de Organizația Mondială a Sănătății (OMS-5) este unul dintre cele mai utilizate chestionare pentru evaluarea bunăstării psihologice subiective în cercetare și în mediul clinic.

Chestionar privind caracteristicile demografice

Acest chestionar se axează pe elemente precum vârsta, nivelul de educație, nivelul veniturilor etc.

A. Ghid de interviu - Întrebări adresate respondenților

- Vă rugăm să ne împărtășiți experiența dumneavoastră ca bărbat sau femeie care urmează tratamente estetice și ce proceduri ați urmat până în acest moment?
- Care sunt considerentele care v-au determinat să apelați la aceste tratamente?
- În ce măsură tratamentele la care ați fost supus au un impact asupra reacțiilor societății față de dumneavoastră?
- Vă rugăm să descrieți trei aspecte în care tratamentele estetice v-au afectat percepția de sine.
- Vă rugăm să descrieți trei exemple ale modului în care tratamentele estetice v-au afectat calitatea vieții.
- În ce măsură ați dorit să vă supuneți tratamentelor estetice în timpul pandemiei COVID-19?
- În ce măsură tratamentele estetice au avut un impact asupra relațiilor dvs. sociale?
- În ce măsură decizia dumneavoastră de a apela la tratamente estetice a fost influențată de societate sau de mijloacele de comunicare?

III.8 Design-ul cercetării

Tabelul de mai jos prezintă planul de cercetare al prezentului studiu.

Tabelul 1: Design-ul cercetării

| Studiul | Obiectivul cercetării | Instrumente de cercetare | Participanți la cercetare | Analiza datelor |
|---------|---|--------------------------|---------------------------|---|
| 1 | Explorarea impactului unei situații sociale, emoționale și orientate spre sănătate asupra dorinței de a urma tratamente estetice în rândul bărbaților și femeilor. | Chestionare | 88 bărbați 149 femei | Cantitativ - analitică |
| 2 | Explorarea relației dintre calitatea vieții, starea civilă și aspectele socio-demografice asupra dorinței de a urma tratamente estetice în rândul bărbaților și femeilor. | Chestionare | 88 bărbați 149 femei | Cantitativ - analitică |
| 3 | Explorarea percepției pacienților cu privire la dorința de a urma tratamente estetice în timpul pandemiei de COVID-19. | Interviuri în profunzime | 5 pacienți | Analiza calitativă - pe teme și categorii |

III.9 Triangulare, validitate și fiabilitate

Unul dintre obiectivele cele mai comune ale cercetătorilor este conceperea unui studiu cu un grad cât mai ridicat de validitate internă și externă, fiabilitate, cu o viziune cuprinzătoare și din mai multe perspective și proceduri pentru reducerea potențialelor prejudecăți sau atitudini părtinitoare. Triangularea reprezintă integrarea a cel puțin două tipuri de date, surse, cercetători, abordări metodologice, teorii, perspective sau metode analitice în cadrul aceluiași studiu, cu scopul de a consolida și de a spori capacitatea de interpretare a rezultatelor (Thurmond, 2001).

III.10. Analiza datelor

Înainte de analizarea ipotezelor de cercetare, pentru a examina dacă variabilele dependente sunt distribuite normal, au fost efectuate teste Shapiro-Wilk pentru fiecare grup de cercetare și pentru fiecare sex. Variabilele dependente sunt reprezentate nivelul de autoconcepție al participanților și gradul lor de bunăstare mentală. În cazul în care rezultatele au indicat faptul că variabilele dependente din fiecare grup de cercetare și din fiecare gen se abat semnificativ de la distribuția normală ($p < 0,05$), am efectuat atât analize neparametrice, cât și analize parametrice pentru a examina ipotezele cercetării. Am utilizat testul Mann-Whitney ca analiză neparametrică.

Pentru a examina prima și a doua întrebare de cercetare referitoare la diferențele dintre cele două grupuri de cercetare și cele două sexe în ceea ce privește nivelul conceptului de sine și gradul de bunăstare mentală, au fost efectuate trei analize ANOVA bidirecționale (2x2). A doua analiză examinează diferențele în ceea ce privește nivelul de sănătate socială al participanților, în timp ce a treia analiză examinează diferențele în ceea ce privește nivelul de bunăstare mentală al participanților

Pentru a examina a treia întrebare de cercetare, și anume dacă există diferențe semnificative între grupurile de cercetare în ceea ce privește caracteristicile demografice ale participanților, au fost efectuate mai multe analize. Pentru a examina diferențele dintre grupurile de cercetare în ceea ce privește caracteristicile demografice despre care participanții au fost întrebați pe o scară nominală, au fost efectuate analize Chi-pătrat (χ^2). Pentru a examina diferențele dintre cele două grupuri de cercetare în ceea ce privește caracteristicile demografice asupra cărora participanții au fost întrebați într-o scară ordinală, au fost efectuate analize Mann-Whitney.

III.11 Considerații de natură etică

Etica este cercetarea filosofică sistematică a moralității. În consecință, și luând în considerare importanța vitală a universităților în educația pentru moralitate și rolul lor de modele în cadrul societății, cadrele universitare din domeniul eticii ar trebui să aibă o solidă pregătire în filosofie. „Etica aplicată” s-a dezvoltat ca parte a eticii generale (filosofia moralității), în timp ce „etica academică” reprezintă aplicarea acesteia la instituțiile de învățământ superior și universități (Cozma, 2020). În studiul de față, accentul a fost pus cu precădere pe etica academică, asigurându-ne că toate rezultatele sunt originale și obiective.

IV. REZULTATE

Acest capitol prezintă o parte din rezultatele cercetării în conformitate cu întrebările de cercetare. Fiecare subcapitol indică întrebarea de cercetare, urmată de rezultatele derivate din analiza cantitativă. În cazul unora dintre întrebări, prezentăm și analiza calitativă relevantă pentru respectiva întrebare de cercetare. Întreaga analiză calitativă este inclusă în anexe.

IV.1 Rezultatele derivate din Întrebarea de cercetare nr. 1

Întrebarea de cercetare nr. 1: Există diferențe în ceea ce privește nivelul conceptului despre sine între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanți care au urmat tratamente estetice și participanți care nu au urmat tratamente estetice) și cele două grupuri clasificate în funcție de gen (bărbați și femei)?

Ipoteza de cercetare 1: Există o diferență semnificativă între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanții care au urmat tratamente estetice și participanții care nu au urmat tratamente estetice) în ceea ce privește nivelul conceptului despre sine. Nivelul conceptului despre sine va fi semnificativ mai ridicat în rândul participanților care au urmat tratamente estetice comparativ cu participanții care nu au urmat tratamente estetice.

Analiza calitativă a urmărit să examineze întrebarea de cercetare nr. 1 și ipoteza de cercetare nr. 1 cu privire la rolul conceptului despre sine al participanților ca variabilă de mediere a efectului direct dintre caracteristicile demografice și terapeutice ale participanților și bunăstarea lor psihică. Rezultatele au indicat că atât conceptul despre sinele fizic, cât și cel social au servit drept variabile de mediere a efectului direct dintre caracteristicile demografice și terapeutice ale participanților și bunăstarea lor mentală ($p < 0,001$).

În cele din urmă, pentru a corobora ipoteza de cercetare nr. 1, a fost efectuată o analiză de modelare a ecuațiilor structurale (SEM), utilizând software-ul AMOS. Această analiză a examinat modelul de propunere prezentat la sfârșitul analizei literaturii de specialitate. În scopul de a elabora un model cât mai simplu, am introdus în model numai caracteristicile

demografice și terapeutice ale participanților care s-au dovedit a contribui semnificativ la variabila rezultat (gen, orientare sexuală și măsura în care participanții au urmat tratamente estetice). În cadrul prezentului studiu am investigat modelul, aplicând adecvarea mai multor indici: chi pătrat (χ^2), raportul χ^2/df (CMIN), indicele comparativ de potrivire (CFI), coeficientul Tucker-Lewis (TLI), scorul indicelui incremental de potrivire (IFI), și eroarea pătratică medie de aproximare (RMSEA). Hu și Bentler (1999) și Hair *et al.* (2006) au definit o potrivire foarte bună ca un raport chi pătrat relativ mic $\chi^2/df \leq 3$, CFI, TLI și IFI $\geq .95$ și RMSEA $\leq .06$. O potrivire adecvată a datelor este definită ca CFI, TLI și IFI mai mari de .90 și SRMR mai mică de .08.

Persoanele intervievate au subliniat efectul tratamentului cosmetic asupra dimensiunii sociale pe trei niveluri: sentimentul personal de rușine, mediul înconjurător și comunitatea și social media.

Participanții au indicat că procedurile estetice au avut un efect profund asupra încrederii lor în sine. În cazul unui sentiment fizic de nesiguranță, participanții au menționat că aceste proceduri i-au revigorat și i-au ajutat să elimine sentimentele de jenă și rușine. Nou-dobândita încredere în sine a participanților a fost pusă în aplicare în diverse aspecte ale vieții lor, printre care interacțiunile profesionale, relațiile personale, precum și satisfacția generală de viață.

Înainte de administrarea celor trei chestionare scurte care au vizat conceptul despre sinele fizic, conceptul despre sinele social și bunăstarea mentală, participanții care au urmat tratamente estetice au fost rugați să precizeze motivele pentru care au apelat la o clinică de estetică, precum și așteptările lor de la tratamentele estetice. Majoritatea participanților care au urmat tratamente estetice au fost determinați de motive legate de vizibilitate (77,9%), iar principalele lor așteptări de la tratament au fost legate de îmbunătățirea aspectului fizic/frumusețe (34,2%) și de dorința de a arăta mai tineri (23,5%).

Rezultatele studiului nostru subliniază „vizibilitatea” ca motiv principal pentru efectuarea tratamentelor cosmetice (77,9%). Se recomandă o investigație mai detaliată a semnificației mai exacte a conceptului de „vizibilitate” în acest context. Ne întrebăm astfel dacă respondenții au o mai mare nevoie de atenție sau de un sentiment mai puternic de prezență sau poate o dorință de a se conforma standardelor de frumusețe agreate la nivel de societate?

Rezultatele studiului indică, de asemenea, că una dintre așteptările semnificative ale participanților este legată de „frumusețe” (34,2%). Ce înțeleg însă participanții prin „frumusețe”? Este frumusețea definită de idealurile

personale, de standardele culturale sau de ambele aspecte? Considerăm în consecință că sunt necesare studii suplimentare pentru o mai bună înțelegere a acestor percepții subiective.

În ceea ce privește așteptările de la tratamentul estetic, în timp ce un procent mai mare de femei au indicat că se așteaptă ca tratamentul estetic să le facă să arate mai frumoase (39,4% față de 20,0%, respectiv), un procent mai mare de bărbați au indicat că au recurs la tratamentul estetic pentru a-și îmbunătăți textura pielii sau pentru o serie de alte așteptări, cum ar fi, de exemplu efectuarea acestuia în locul chirurgiei plastice. Un procent mai mare de bărbați au indicat că au încercat să își îmbunătățească textura pielii și au decis să urmeze proceduri estetice ca alternativă la chirurgia estetică convențională.

IV.2 Rezultate derivate din Întrebarea de cercetare nr. 2

Întrebarea de cercetare nr. 2: Există diferențe în ceea ce privește gradul de bunăstare mentală între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanți care au urmat tratamente estetice și participanți care nu au urmat tratamente estetice) și cele două grupuri clasificate în funcție de gen (bărbați și femei)?

Ipoieza de cercetare 2: Există o diferență semnificativă între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanții care au urmat tratamente estetice și participanții care nu au urmat tratamente estetice) în ceea ce privește gradul de bunăstare psihică. Gradul de bunăstare mentală va fi semnificativ mai ridicat în rândul participanților care au urmat un tratament estetic în comparație cu participanții care nu au urmat tratamente estetice.

Înainte de a examina întrebarea de cercetare nr. 2 și ipoteza de cercetare nr. 2 cu privire la scalele chestionarului, au fost efectuate teste Shapiro-Wilk pentru fiecare grup de cercetare și pentru fiecare sex, pentru a verifica dacă măsurile de studiu au fost distribuite normal. Rezultatele au indicat că scalele de autopercepție socială și bunăstare mentală în rândul femeilor nu au fost distribuite normal ($p < 0,05$). În consecință, am efectuat atât analize neparametrice, cât și analize parametrice pentru aceste scale. Am utilizat testele Mann-Whitney ca analize neparametrice în scopul investigării diferențelor dintre cele două grupuri de cercetare în rândul fiecărui grup de gen și între cele două grupuri de gen din fiecare grup de cercetare. Rezultatele și nivelul de semnificație ale analizelor neparametrice au coincis cu rezultatele analizelor parametrice. Prin urmare, am prezentat rezultatele analizelor MANOVA și ANOVA și am raportat media și abaterea standard în locul mediei și rangului sumei pentru fiecare grup.

Rezultatele au indicat faptul că participanții care au urmat tratamente estetice au raportat un nivel de autopercepție fizică și socială mai ridicat, precum și un nivel mai ridicat de bunăstare psihologică, comparativ cu participanții care nu au urmat un tratament estetic.

Pentru a investiga sursa interacțiunilor, au fost efectuate analize t-test în rândul fiecărui gen, cu scopul de a compara participanții care au urmat tratamente estetice și participanții care nu au urmat tratamente estetice. Rezultatele au indicat astfel că femeile care au fost supuse unor tratamente estetice au raportat un nivel mai ridicat de autopercepție fizică și socială, precum și un nivel mai ridicat de bunăstare psihologică, comparativ cu femeile care nu au apelat la un tratament estetic ($p < 0,001$). Nu s-au constatat diferențe semnificative între cele două grupuri de cercetare în rândul bărbaților (valoarea p - a variat între .126 și .629).

Persoanele intervievate au evidențiat efectul tratamentului cosmetic asupra dimensiunii bunăstării psihice prin prisma a două dimensiuni: prima dimensiune se referă la probleme medicale, cum ar fi excesul de greutate și acneea, iar cea de-a doua dimensiune se referă la vizibilitate.

Respondenții au subliniat motivația care a stat la baza deciziei de a urma tratamente estetice din două perspective: motivația extrinsecă și motivația intrinsecă.

IV.3 Rezultate derivate din Întrebarea de cercetare nr. 3

Întrebarea de cercetare nr. 3 Există diferențe semnificative între cele două grupuri de participanți la cercetare în ceea ce privește caracteristicile lor demografice și terapeutice?

Ipoteza de cercetare nr. 3: Există diferențe semnificative între cele două grupuri de cercetare în ceea ce privește caracteristicile lor demografice și terapeutice. Există o contribuție unică a variabilei care stă la baza formării grupului (participanți care au urmat sau nu tratamente estetice) și a autoconceptului de sănătate fizică și socială, dincolo de caracteristicile demografice și terapeutice ale participanților la cercetare la varianța explicată (EPV) a gradului de bunăstare psihică a participanților.

A fost efectuată o analiză de regresie ierarhică cu scopul de a examina măsura în care scalele de autoconcepție ale participanților, precum și caracteristicile lor demografice și terapeutice au un impact semnificativ. Din perspectiva caracteristicilor demografice, această metodologie a facilitat investigarea capacității predictive colective a factorilor demografici în ceea ce privește conceptul despre sine.

În a doua etapă, cele trei caracteristicile terapeutice ale participanților, și anume efectuarea de tratamente estetice, existența unor diagnostice medicale și indicația faptului că pandemia de COVID-19 le-a afectat decizia de a apela la tratamente estetice, au fost, de asemenea, introduse gradual.

Apartenența de gen și orientarea sexuală a participanților au contribuit semnificativ (8,1%) la EPV a scorului lor de bunăstare mentală. Coeficienții β pozitivi au indicat faptul că participanții de sex feminin și cei heterosexuali au avut tendința de a declara un nivel mai ridicat de bunăstare psihică. În cazul în care participanții au fost supuși unor tratamente estetice, acestea au contribuit în mod semnificativ cu încă 9,3 % la EPV a scorului lor de bunăstare psihică la a doua etapă a regresiei. Coeficientul β pozitiv a ilustrat faptul că participanții care au fost supuși unor tratamente estetice au avut tendința de a demonstra un nivel mai ridicat de bunăstare psihică. În cele din urmă, la a treia etapă a modelului de regresie, s-a constatat o contribuție unică atât pentru conceptul despre sinele fizic, cât și pentru cel social în rândul participanților (23,3%), în plus față de cele două etape anterioare la EPV a scorului lor de bunăstare mentală. Coeficienții β pozitivi au indicat că, pe măsură ce participanții au raportat un nivel mai ridicat de autopercepție fizică și socială, aceștia au avut tendința de a raporta, de asemenea, un nivel mai ridicat de bunăstare psihologică.

IV.4 Rezultate derivate din Întrebarea de cercetare 4

Întrebarea de cercetare nr. 4: Care este percepția pacienților cu privire la dorința de a urma tratamente estetice înainte și în timpul pandemiei de COVID-19?

Ipoteza de cercetare nr. 4: Există o diferență semnificativă în ceea ce privește percepția pacienților asupra dorinței de a urma tratamente estetice înainte și în timpul pandemiei de COVID-19.

Au fost efectuate analize χ^2 pentru a examina dacă procentul participanților care au indicat faptul că pandemia de COVID-19 le-a afectat decizia de a apela la un tratament estetic diferă semnificativ între participanții care au urmat un tratament estetic și participanții care nu au urmat niciun tratament estetic. În plus, analizele s-au referit la diferitele aspecte pe care participanții le-au indicat cu privire la impactul pandemiei de COVID-19 asupra dorinței lor de a apela la tratamente estetice.

Cincizeci și opt de participanți (24,5%) au indicat că pandemia de COVID-19 le-a afectat decizia de a apela la un tratament estetic, fără nicio diferență semnificativă între cele două grupuri de cercetare. Mai mult, 56 din cei 58 de participanți au indicat că nevoia de a apela la un tratament estetic a

crescut din cauza pandemiei de COVID-19. Mai mult de jumătate dintre participanți au indicat că dorința de a beneficia de un tratament estetic a crescut din cauza nevoii substanțiale de compensare psihică în timpul izolării și restricțiilor. Doar doi participanți au indicat că nevoia de a beneficia de un tratament estetic a scăzut din cauza pandemiei de COVID-19, deoarece toată lumea a fost izolată și au existat restricții privind adunările de persoane, astfel încât pentru ei vizibilitatea a fost mai puțin importantă în această perioadă.

Analiza calitativă a fost în concordanță cu analiza cantitativă. Participanții au indicat că în timpul pandemiei de COVID-19 s-au simțit ca niște persoane casnice, care petreceau foarte mult timp în interiorul propriei locuințe. Ca urmare, au adunat kilograme în plus, au simțit nevoia de compensare psihică, precum și nevoia de a se supune unor intervenții chirurgicale și tratamente estetice. Comunicarea realizată adesea prin intermediul platformei Zoom în timpul pandemiei i-a făcut pe oameni să conștientizeze în detaliu și cele mai mici defecte ale feței lor.

În mod similar cu partea cantitativă, participanții au subliniat impactul procedurilor cosmetice în timpul pandemiei de COVID-19 prin prisma a două dimensiuni: întâlnirile online prin intermediul platformei Zoom și perioada de lockdown.

Interviurile au ilustrat faptul că pandemia de COVID-19 a avut un efect dramatic asupra imaginii corporale a participanților și asupra dorinței acestora de a se supune unor proceduri cosmetice. Utilizarea pe scară largă a platformelor de videoconferințe, precum Zoom, a fost esențială în acest proces.

V. DISCUȚII

V.1 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 1

Întrebarea de cercetare nr. 1: Există diferențe în ceea ce privește nivelul conceptului despre sine între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanți care au urmat tratamente estetice și participanți care nu au urmat tratamente estetice) și cele două grupuri clasificate în funcție de gen (bărbați și femei)?

Principalele rezultate ale unui sondaj empiric au indicat că participanții care au urmat tratamente estetice au raportat un nivel mai ridicat de autopercepție fizică și socială, precum și un nivel mai ridicat de bunăstare psihologică, comparativ cu participanții care nu au apelat la un tratament estetic.

Rezultatele empirice au ilustrat o legătură pozitivă semnificativă între persoanele care au beneficiat de proceduri estetice, îmbunătățindu-și astfel bunăstarea fizică, socială și mentală, în comparație cu persoanele care nu au apelat la astfel de proceduri. În plus, apartenența de gen a avut un impact vizibil asupra autopercepției sociale și bunăstării mentale, femeile indicând niveluri mai ridicate ale acestor doi factori, în comparație cu bărbații.

În cadrul prezentului studiu, a fost deosebit de important să integrăm concluziile cu rezultatele din literatura de specialitate disponibilă pe tema preferințelor estetice ale bărbaților. Studiile anterioare indică faptul că bărbații caută în general tratamente minim invazive care produc rezultate cu aspect natural și mențin trăsăturile masculine, cu accent pe zone precum bărbia și linia maxilarului. Prin acest tip de abordare se evită problemele legate de aspectul prea „aranjat” sau feminin.

Efectul acestor factori asupra bunăstării mentale se bazează pe percepțiile și informațiile vizuale care sunt influențate direct de social media. Acest aspect a fost evidențiat și de studiul efectuat de către Benamor *et al.* (2024), care a relevat că alegerea chirurgului și a procedurilor s-au bazat în principal pe informații vizuale din social media, mai degrabă decât pe alte date privind activitatea profesională a respectivului medic.

Exemplele au ilustrat starea de identitate a respondenților. Unele reacții au fost de susținere, în timp ce altele au întărit sentimentul identității

intervievaților vis-a-vis de ceilalți. Acest aspect reiese și din declarațiile Subiectului 1, care a descris ce așteaptă oamenii de la el. Presiunile orientate spre identitate, normele de autopercepție și dorința de a se conforma așteptărilor, inclusiv cele legate de sine față de ceilalți ar putea afecta în mare măsură decizia de a apela la tratamente estetice. Aceste situații orientate spre identitate, în care pacienții au o percepție obsesivă față de ei înșiși și față de societate, dă naștere întrebării: „Există o componentă de autopercepție în care pacienții se simt mai liberi fără critici constante?”

Platformele social media au exercitat o influență semnificativă asupra proceselor decizionale ale pacienților, în special în ceea ce privește procedurile cosmetice. Participanții din cadrul prezentului studiu au subliniat rolul social media în furnizarea de informații despre cele mai noi tehnici medicale și riscurile potențiale asociate cu aceste intervenții.

Această problemă face subiectul unor ample discuții în literatura empirică. Foucault (1979) s-a referit la corpul uman ca la un „câmp de putere”. Dacă inițial aceste discuții făceau referire doar la corpul feminin, astăzi, deși femeile domină încă acest domeniu, un loc considerabil este alocat și corpului masculin. Acest punct de vedere re regăsește și la Goffman (1961), conform căruia percepția asupra corpului uman se schimbă pe parcursul vieții unui individ.

Cercetarea IMPACT, care pune accentul pe arhetipuri diversificate de pacienți și pe o abordare personalizată, reflectă nevoia de înțelegere a diferitelor nevoi ale bărbaților și femeilor în ceea ce privește procedurile estetice. Femeile tind să se aștepte la îmbunătățirea aspectului fizic general (39,4% față de 20,0% în rândul bărbaților).

Concluziile studiului efectuat de Seetan *et al.* (2024), care a explorat efectul social media asupra deciziei unei persoane de a se supune unor proceduri estetice, sunt, de asemenea susținute de declarația Subiectului 1: „Oamenii se așteaptă să fiu un exemplu viu a tot ceea ce cred”. Aceste cuvinte reflectă presiunea socială și așteptările conform cărora o persoană ar trebui să demonstreze o imagine de sine care reprezintă un ideal al aspectului exterior. Existența acestei presiuni a fost confirmată de rezultatele studiului, care au indicat faptul că social media, în special platformele precum Instagram și Snapchat, au avut un impact semnificativ asupra deciziei de a recurge la proceduri estetice. Utilizatorii, în principal femei (90,4% dintre pacienți), au simțit că trebuie să se conformeze anumitor idealuri promovate de rețelele sociale.

Un rezultat semnificativ derivat din studiul efectuat de Seetan *et al.* (2024) subliniază tendința persoanelor care au deneficiat de proceduri estetice

de a urmări pe platformele social-media medici dermatologi sau influencers, ceea ce subliniază rolul acestora din urmă în influențarea deciziilor personale. Acest aspect este în concordanță cu afirmațiile Subiectului 1, potrivit căruia cei din jur l-au perceput ca pe un „model viu”.

V.2 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 2

Întrebarea de cercetare 2: Există diferențe în ceea ce privește gradul de bunăstare mentală între cele două grupuri de participanți la cercetare (participanți care au urmat tratamente estetice și participanți care nu au urmat tratamente estetice) și cele două grupuri clasificate în funcție de gen (bărbați și femei)?

Rezultatele obținute în urma analizei întrebării de cercetare nr. 2 și a ipotezei de cercetare nr. 2 s-au referit la autopercepția socială și bunăstarea mentală în rândul femeilor. Aceste rezultate au fost în directă concordanță cu studiul efectuat de Singh *et al.* (2024) care a explorat corelația dintre proprietățile frumuseții și componentele emoționale. Cercetarea noastră a relevat faptul că autopercepția socială și bunăstarea mentală în rândul femeilor nu au fost împărțite în mod normal, subliniind complexitatea procesului de înțelegere a acestor variabile.

Aceste rezultate sunt în egală măsură concordante cu cele derivate de studiul efectuat de Singh *et al.* (2024) care a indicat o relație pozitivă între proprietăți precum fericirea, feminitatea și atracția, pe de o parte, și imaginea de sine și imaginea socială, pe de altă parte. Studiul a ilustrat modul în care percepția frumuseții fizice a afectat sentimentul de încredere în sine al femeilor și modul în care acestea au fost percepute de societate.

Subiectul 1 a descris eforturile pe care le-a făcut pentru a obține corpul dorit prin exerciții la sală și prin alte sisteme, înainte de a decide să se supună unei proceduri cosmetice la care a apelat din cauza excesului considerabil de piele. Acest demers este în concordanță cu rezultatele obținute de Wu *et al.* (2023) cu privire la o intervenție online pentru reducerea internalizării idealului de frumusețe. Studiul a subliniat necesitatea de a face față așteptărilor sociale predominante cu privire la aspectul corpului, în special în rândul persoanelor care manifestau o lipsă de satisfacție față de corpul lor sau de caracteristicile externe ale acestuia. Studiul indică, de asemenea, necesitatea de a dezvolta abordări care să ajute indivizii să facă față presiunii

sociale și aspirației pentru un aspect perfect, menținând în același timp un echilibru între nevoile fizice și cele emoționale (Singh *et al.*, 2024).

V.3 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 3

Întrebarea de cercetare nr. 3: Există diferențe semnificative între cele două grupuri de participanți la cercetare în ceea ce privește caracteristicile lor demografice și terapeutice?

Rezultatele empirice ale prezentului studiu s-au referit la apartenența de gen, indicând că numărul femeilor interesate de tratamente estetice este mai mare decât numărul bărbaților. Acest rezultat este susținut și de Zawodny *et al.* (2021), într-un studiu care ilustrează că există diferențe între bărbați și femei în ceea ce privește chirurgia estetică.

Numărul tot mai mare de proceduri estetice, în special în rândul populației de sex feminin, explică rezultatele care arată o relație pozitivă între procedurile estetice și creșterea bunăstării mentale. Cu toate acestea, doar 8% din procedurile estetice efectuate în 2020 au fost destinate bărbaților, procent care subliniază necesitatea de a înțelege proprietățile unice ale acestui grup.

În plus, cele două surse indică impactul din ce în ce mai mare al social media și al tulburărilor de dismorfie corporală asupra dorinței de a apela la proceduri estetice. Social media consolidează așteptările sociale cu privire la aspectul exterior care afectează atât bărbații, cât și femeile. Adaptarea tratamentului la caracteristicile și nevoile unice ale pacienților – fie ei bărbați sau femei - este esențială pentru asigurarea unor rezultate terapeutice de succes și a unui răspuns profesional și etic. Combinația dintre rezultatele prezentului și cele prezentate în capitolul de mai sus indică importanța unei abordări personalizate a conceptului de estetică. Această abordare ar trebui să integreze considerații de natură socială, psihologică și etică, în urma unei analize profunde și detaliate a efectului variabilelor demografice și fizice asupra bunăstării pacienților.

V.4 Discuții asupra rezultatelor derivate din Întrebarea de cercetare nr. 4

Întrebarea de cercetare nr. 4: Care este percepția pacienților cu privire la dorința de a urma tratamente estetice înainte și în timpul pandemiei de COVID-19?

Rezultatele obținute în urma analizei interviurilor sunt legate de faptul că în timpul pandemiei de COVID-19 oamenii au fost obligați să petreacă

mult mai mult timp în propriile case. Această distanțare socială dictată a implicat un proces mai intens de introspecție și o concentrare mai puternică asupra aspectului personal, deoarece oamenii au avut mai mult timp la dispoziție pentru a-și inspecta trăsăturile corpului. Aceste aspecte au fost analizate și de Sharma și Asaria (2021), care au discutat distanțarea socială impusă de pandemia de COVID-19 dintr-o altă perspectivă.

Relația dintre afirmațiile subiecților intervievați și rezultatele studiului efectuat de Khan *et al.* (2024) a demonstrat modul în care tehnologiile și tendințele sociale au afectat percepția asupra frumuseții și dorința de a apela la proceduri cosmetice. De exemplu, Subiectul 1 a declarat: „În sala de sport, te vezi în fiecare zi în oglindă. Însă dacă folosești aplicația Zoom, constăți că aspectul tău este foarte diferit.”

Aceste afirmații ale Subiectului 1 reflectă modul în care pandemia de COVID-19 și tranziția către mijloacele digitale, precum Zoom, au schimbat percepția fizică asupra sinelui. Utilizarea din ce în ce mai frecventă a rețelelor de socializare, a filtrelor și nevoia de a arăta bine într-un mediu digital au contribuit la o schimbare a preferințelor și așteptărilor de la procedurile estetice, după cum detaliază Khan *et al.* (2024).

VI. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

VI.1 Concluzii

O serie de concluzii cheie reies din discuția amplă asupra rezultatelor derivate din întrebările de cercetare explorate în prezentul studiu privind tratamentele estetice și impactul acestora.

Impactul tratamentelor estetice asupra conceptului de sine și a bunăstării mentale

Din cercetarea noastră a rezultat în mod constant că participanții care au fost supuși unor tratamente estetice au raportat niveluri mai ridicate de autopercepție fizică și socială, precum și o bunăstare mentală îmbunătățită în comparație cu cei care nu au apelat la astfel de tratamente. Acest aspect evidențiază efectul pozitiv semnificativ al procedurilor estetice asupra percepției indivizilor despre ei înșiși și asupra stării lor psihologice generale.

Diferențele de gen în ceea ce privește efectele tratamentului

Apartenența de gen a jucat un rol crucial în rezultatele tratamentelor estetice. Femeile au avut tendința de a raporta niveluri mai ridicate de autopercepție socială și bunăstare mentală în urma tratamentului, comparativ cu bărbații. Acest aspect este în concordanță cu normele și așteptările sociale generale legate de aspect și stima de sine în rândul diferitelor sexe. Apartenența de gen a fost considerată un factor esențial care a afectat rezultatele procedurilor estetice. Comparativ cu bărbații, femeile au indicat în mod constant că au experimentat un nivel mai ridicat de autopercepție socială și bunăstare mentală ca urmare a intervenției chirurgicale estetice.

Efecte sociale și culturale

Studiul a subliniat impactul profund al social media, al normelor care guvernează sfera socială și al așteptărilor culturale asupra deciziilor persoanelor de a se supune unor proceduri estetice. Aceste efecte externe au contribuit adesea la acumularea unor sentimente de presiune, rușine sau necesitate de a se conforma la norme, care au afectat considerabil motivațiile participanților de a solicita tratamente estetice. Studiul de față a subliniat impactul considerabil al normelor sociale, al mass-mediei sociale și al așteptărilor culturale asupra deciziilor persoanelor care au luat în considerare posibilitatea de a urma proceduri estetice.

Percepția și identitatea

Participanții au descris în mod frecvent tratamentele estetice ca fiind esențiale în modelarea identității lor și a percepției valorii de sine. Tratamentele au dus adesea la creșterea încrederii în sine și a satisfacției față de aspectul fizic, consolidând ideea că aceste proceduri pot fi profund transformatoare la nivel personal.

Impactul pandemiei de COVID-19

Pandemia de COVID-19 a contribuit la crearea unui context unic în care tratamentele estetice au servit nu numai unor scopuri cosmetice, ci și psihologice. Participanții au raportat un interes sporit pentru proceduri estetice în timpul perioadelor de lockdown, motivat de factori precum creșterea numărului de interacțiuni online și acutizarea conștiinței de sine și autopercepției în timpul apelurilor video.

Implicații adiacente și direcții viitoare de cercetare

Înțelegerea interacțiunii complexe dintre motivațiile personale, presiunile impuse de societate și rezultatele psihologice asociate tratamentelor estetice a fost esențială pentru dezvoltarea intervențiilor și politicilor de sprijin. Cercetările viitoare ar putea explora efectele longitudinale, diversele impacturi demografice și rolul evoluției tehnologiei și al social media în modelarea deciziilor de a apela la un tratament estetic.

VI.2 Recomandări

În cele ce urmează prezentăm o serie de recomandări pentru cercetările viitoare și aplicarea practică, pe baza rezultatelor și discuțiilor derivate din cercetarea tratamentelor estetice și a efectelor acestora asupra conceptului de sine, bunăstării mentale și dinamicii sociale.

Consolidarea sprijinului psihologic

- **Recomandare:** Elaborarea de programe adaptate de sprijin psihologic pentru persoanele care intenționează să urmeze sau urmează tratamente estetice. Aceste programe ar trebui să abordeze aspecte precum preocupările legate de imaginea corporală, presiunile impuse de societate și consolidarea identității cu referire la schimbările de aspect.
- **Justificare:** Având în vedere impactul esențial al tratamentelor estetice asupra stimei de sine și a sănătății mintale, furnizarea unui sprijin psihologic complex poate îmbunătăți rezultatele generale în materie de stare de bine și poate ajuta persoanele care doresc să apeleze la tratamente estetice să ia decizii în cunoștință de cauză.

Inițiative educaționale și consiliere:

- Recomandare: Implementarea inițiativelor educaționale și a serviciilor de consiliere care promovează așteptările realiste și procesul decizional informat cu privire la procedurile estetice.
- Justificare: Mulți dintre participanții la prezentul studiu au evidențiat efectele sociale și mediatice ca factori semnificativi care le-au influențat procesul decizional. Educarea persoanelor cu privire la potențialele riscuri, beneficii și alternative poate atenua așteptările nerealiste și minimiza suferința psihologică care poate surveni în perioada post-tratament.

Continuarea cercetării și a colaborării

- Recomandare: Promovarea colaborării interdisciplinare între cercetători, furnizori de asistență medicală, psihologi și oameni de știință din domeniul social în vederea explorării impactului multidimensional al tratamentelor estetice.
- Justificare: Eforturile de cercetare în colaborare pot conduce la o mai bună înțelegere a interacțiunii complexe dintre factorii psihologici, sociali și culturali care afectează deciziile și experiențele persoanelor cu privire la procedurile estetice.

Punerea în aplicare a acestor recomandări poate contribui la o abordare holistică a tratamentelor estetice, prin intermediul căreia transformările fizice ale pacienților să fie susținute de cadre psihologice și sociale solide care promovează bunăstarea psihologică și satisfacția generală.

Referințe bibliografice

- Abbas, O. L., & Karadavut, U. (2017). Analysis of the factors affecting men's attitudes toward cosmetic surgery: Body image, media exposure, social network engagement, masculine gender role stress and religious attitudes. *Aesthetic Plastic Surgery*, 41(6), 1454–1462. <https://doi.org/10.1007/s00266-017-0882-3>
- Abelsson, A., & Willman, A. (2021). Ethics and aesthetics in injection treatments with Botox and Filler. *Journal of women & aging*, 33(6), 583-595.
- Afsar, B. (2013). The relation between Internet and social media engagement and the demographic and clinical parameters, quality of life, depression, cognitive function and sleep quality in hemodialysis patients. *General Hospital Psychiatry*, 35(6), 625–630. <https://doi.org/10.1016/j.genhosppsy.2013.05.001>
- Agunloye, O. O. (2019). Ethics in academic research and scholarship: An elucidation of the principles and applications. *Journal of Global Education and Research*, 3(2), 168-180.
- Alotaibi, A. S. (2021). Demographic and cultural differences in the acceptance and pursuit of cosmetic surgery: a systematic literature review. *Plastic and Reconstructive Surgery Global Open*, 9(3).
- Alsop, R., & Lennon, K. (2018). Aesthetic surgery and the expressive body. *Feminist Theory*, 19(1), 95-112. <https://doi.org/10.1177/1464700117734736>
- Alvarez, A. H., Foppiani, J., & Lin, S. J. (2024). Ethics in the Practice and Management of Male Aesthetic Patient. In: Thaller, S. R., Cohen, M. N. (Eds.). *A Comprehensive Guide to Male Aesthetic and Reconstructive Plastic Surgery*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-48503-9_7
- American Psychiatric Association (APA) (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-IV* (Vol. 4). American Psychiatric Association.
- American Society for Aesthetics Plastic Surgery (n.d.). *ASAPS Statistics: Complete charts 1997–2014*. <http://www.surgery.org/media/statistics>. Accessed 16 December 2022.
- Arab, K., Barasain, O., Altaweel, A., Alkhayyal, J., Alshiha, L., Barasain, R., & Alshaalan, H. (2019). Influence of social media on the decision to undergo a cosmetic procedure. *Plastic and Reconstructive Surgery Global Open*, 7(8).
- Archard, D., Montgomery, J., Caney, S., Clancy, T., Edwards, J., Gallagher, A., Greenfield, A., Haines, E., Hughes, J., Jackson, R., Lawrence, D., Pattinson, S., Shakespeare, T., Siddiqui, M., Watson, C., Weiss, R., Widdows, H., Wishart, A., Yeung, K., ... Harvey, K. (2016). *Cosmetic procedures: Ethical issues*. Nuffield Council on Bioethics. <https://www.nuffieldbioethics.org/wp-content/uploads/Cosmetic-procedures-full-report.pdf>

- Arouj, K., & Zonash, R. (2020). Impact of specific big-five factors on body dysmorphic disorder among cosmetic surgery patients .*Pakistan Armed Forces Medical Journal*, 70(3), 849-54.
- Asimakopoulou, E., Zavrides, H., & Askitis, T. (2019). The impact of aesthetics plastic surgery on body image, body satisfaction and self-esteem .*Acta chirurgiae plasticae*, 61(1-4), 3-9.
- Atiyeh, B. S., Chahine, F., & Abou Ghanem, O. (2021). Social media and plastic surgery practice building: a thin line between efficient marketing, professionalism, and ethics. *Aesthetics Plastic Surgery*, 45(3), 1310-1321.
- Atiyeh, B. S., Rubeiz, M. T., & Hayek, S. N. (2020). Aesthetics/cosmetic surgery and ethical challenges. *Aesthetics plastic surgery*, 44(4), 1364-1374.
- Awasthi, A. K., & Choraria, S. (2015). Effectiveness of celebrity endorsement advertisements: The role of customer imitation behaviour. *Journal of Creative Communications*, 10(2), 215-234.
- Baksi, A. (2021). Examination Of Nursing Students' acceptance Levels for Aesthetic surgery and Affecting Factors. *International Journal of Health Services Research and Policy*, 6(1), 60-72
- Barone, M., Cogliandro, A., & Persichetti, P. (2017). Ethics and plastic surgery/what is plastic surgery?. *Archives of Plastic Surgery*, 44(01), 90-92.
- Barut, S., Aytakin Aydın, T., & Akto, G. (2024). Women’s attitudes towards genital aesthetic surgery and the effects of social media: A qualitative study in the context of Türk Muslim women. *Anatolian Journal of Health Research*, 2024(79–86). <https://doi.org/10.61534/anatoljhr.1384263>
- Benamor, M., Luca , S., Bouguila, J., Grosu, O. M., Vadani, B. M., Moraru, D. C., & Perteau, M. (2024). How Do Artificial Intelligence, Social Media Platforms and Photo Editing Applications Influence Cosmetic Surgery Choices—Literature Systematic Review and Prospective Study. *Cosmetics*, 11(3), 96. <https://doi.org/10.3390/cosmetics11030096>
- Bieńko, M. (2018). The body as a private and social space. The margins of research regarding old age and gender. *Przegląd Socjologiczny (Sociological Review)*, 67(1).
- Bismark, M. M., Gogos, A. J., McCombe, D., Clark, R. B., Gruen, R. L., & Studdert, D. M. (2012). Legal disputes over informed consent for cosmetic procedures: a descriptive study of negligence claims and complaints in Australia. *Journal of plastic, reconstructive & aesthetic surgery*, 65(11), 1506-1512.
- Blau, P. M. (1960). A theory of social integration. *American Journal of Sociology*, 65, 545-556. . <https://doi.org/10.1086/222785>
- Blaxter, L., Hughes, C., & Tight, M. (2010). *How to research*. McGraw-Hill Education.
- Bonell, S., Murphy, S. C., Austen, E., & Griffiths, S. (2020). When (fake) beauty turns ugly: Plastic surgery as a moral violation. *Current Psychology*, 1-14.
- Borujeni, L. A., Pourmotabed, S., Abdoli, Z., Ghaderi, H., Mahmoodnia, L., Sedehi, M., & Hasanpour Dehkordi, A. (2020). A comparative analysis of patients’ quality

- of life, body image and self-confidence before and after aesthetics rhinoplasty surgery. *Aesthetics Plastic Surgery*, 44, 483-490.
- Brownell, K. D., & Wadden, T. A. (1992). Etiology and treatment of obesity: Understanding a serious, prevalent, and refractory disorder. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 60(4), 505–517. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.60.4.505>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body image*, 19, 37-43.
- Buote, V. M., Wilson, A. E., Strahan, E. J., Gazzola, S. B., & Papps, F. (2011). Setting the bar: Divergent sociocultural norms for women's and men's ideal appearance in real-world contexts. *Body image*, 8(4), 322-334.
- Butler, J. (2011). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*. Routledge.
- Cantor, J. (2005) Cosmetic dermatology and physicians' ethical obligations: more than just hope in a jar. *Semin Cutan Med Surg*, 24(3), 155–160.
- Chavoïn, J. P. (2003, October). Aesthetic surgery and ethic. In *Annales de Chirurgie Plastique et Esthétique*, 48(5), 273-278.
- Chen, J., Chow, A., Fadavi, D., Long, C., Sun, A. H., Cooney, C. M., & Broderick, K. P. (2021). The zoom boom: how video calling impacts attitudes towards aesthetic surgery in the COVID-19 era. *Aesthetic surgery journal*, 41(12), NP2086-NP2093.
- Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Kiely-Gouley, K., & Seixas, A. (2021). Adolescent Peer Influence on Eating Behaviors via Social Media: Scoping Review. *Journal of Medical Internet*. DOI:10.2196/19697
- Cingi, C., Songu, M & ,Bal, C. (2011). Outcomes research in rhinoplasty: body image and quality of life. *American journal of rhinology & allergy*, 25(4), 263-267.
- Cohen, B. E., Bashey, S., & Wysong, A. (2017). Literature review of cosmetic procedures in men: approaches and techniques are gender specific. *American journal of clinical dermatology*, 18(1), 87-96.
- Colnerud, G. (2014). Ethical dilemmas in research in relation to ethical review: An empirical study. *Research Ethics*, 10(4), 238-253.
- Cozma, C. (2020). In Search of the Meaningfulness of 'Academic Ethics': Make Ethics Count in the Modern University. In C. Cozma (Ed.), *Contemporary Issues and Challenges in Humanities, Arts and Higher Education*. Eikon Press.
- Creswell, J. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (2nd ed.). Sage
- D'Agostino, A., Aportone, A., Rossi Monti, M., & Lemma, A. (2018). Beauty matters: Psychological features of surgical and nonsurgical cosmetic procedures. *Psychoanalytic Psychology*, 35(2), 244–253. <https://doi.org/10.1037/pap0000099>
- da Prato, E. B., Cartier, H., Margara, A., Molina, B., Tatep. A., Grimolizzi, F., & Spagnolo, A. G. (2024). The ethical foundations of patient-centered care in aesthetic medicine. *Philosophy, Ethics, and Humanities in Medicine*, 19(1). <https://doi.org/10.1186/s13010-024-00151-1>

- Davis, K. (2003). *Dubious Equalities and Embodied Differences: Cultural Studies on Cosmetic Surgery*. Rowman & Littlefield Publishers.
- de Calheiros Velozo, J., & Stauder, J. E. A. (2018). Exploring social media engagement as a composite construct to understand its relation to mental health: A pilot study on adolescents. *Children and Youth Services Review, 91*, 398–402. <https://doi.org/10.1016/j.chilgyouth.2018.06.039>
- Dean, N. R., Foley, K., & Ward, P. (2018). Defining cosmetic surgery. *Australasian Journal of Plastic Surgery, 1*(1), 37-45.
- Delinsky, S. S. (2005). Cosmetic Surgery: A Common and Accepted Form of Self - Improvement? 1. *Journal of Applied Social Psychology, 35*(10), 2012-2028.
- Denzin, N. K. (1970). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Aldine.
- de Vries, D. A., Peter, J., Nikken, P., & de Graaf, H. (2014). The effect of social network site use on appearance investment and desire for cosmetic surgery among adolescent boys and girls. *Sex Roles, 71*(9), 283-295.
- Dhanda, A. K., Leverant, E., Leshchuk, K., & Paskhover, B. (2020). A Google Trends analysis of facial plastic surgery interest during the COVID-19 pandemic. *Aesthetics plastic surgery, 44*(4), 1378-1380.
- Dobke, M., Chung, C., & Takabe, K. (2006). Facial aesthetics preferences among Asian women: are all oriental Asians the same?. *Aesthetics Plastic Surgery, 30*(3), 342-347.
- Drenth, P. J. (2012). A European code of conduct for research integrity. *Promoting research integrity in a global environment, 161*.
- Dull, D., & West, C. (1991). Accounting for cosmetic surgery: The accomplishment of gender. *Social Problems, 38*(1), 54-70.
- Edmonds, A. (2007). 'The poor have the right to be beautiful': cosmetic surgery in neoliberal Brazil. *Journal of the Royal Anthropological Institute, 13*(2), 363-381.
- Edmonds, A. (2013). Can medicine be aesthetic? Disentangling beauty and health in elective surgeries. *Medical anthropology quarterly, 27*(2), 233-252.
- Eisenstadt, S. N. (1982). Sociology schools of thought. *Megamot, 335-348*. [Hebrew]
- Ellwood, C. A. (1907). Sociology: its problems and its relations. *American Journal of Sociology, 13*(3), 300-348.
- Enoch, Y. (2000). *Introduction to sociology*. Open University of Israel. [Hebrew]
- Evangelista, M., Vilaça, M., Almeida, I., Pereira, F., & Graça, M. (2022). Quality of life in Female Users of Anti-Ageing Cosmetic Products/Aesthetic Treatments. *International Journal of Cosmetic Science, 44*(6), 650-662.
- Feng, L. F. (2020). Characteristics and emerging trends in modern aesthetics medicine. *Chinese Medical Journal, 133*(06), 741-742.
- Ferreira, M. C. (2005). Who is in control of aesthetic surgery?. *Aesthetics Plastic Surgery, 29*(6), 439-440.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Foucault, M. (1979). *Sociology of the Body and Power Genealogy*. Sage.

- Franchina, V., & Coco, G. L. (2018). The influence of social media use on body image concerns. *International Journal of Psychoanalysis and Education*, 10(1), 5-14.
- Frederick, D. A., Lever, J., & Peplau, L.A. (2007) Interest in Cosmetic Surgery and Body Image: Views of Men and Women across the Lifespan. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 120, 1407-1415.
- Gelidan, A. G., Mrad, M. A., Kattan, A. E., Kattan, W. E., AlEnazi, T. H., Bakraa, R. M., & Barry, M. A. (2020). The public's awareness and willingness to undergo plastic surgery procedures during the COVID-19 pandemic. *Plastic and Reconstructive Surgery Global Open*, 8(9).
- Gengmei. (2016). 2016 Yimei baipishu [White paper of aesthetics medical industry in 2016]. <http://www.199it.com/archives/544781.html>
- Gerson, J., Plagnol, A. C., & Corr, P. J. (2017). Passive and Active Facebook Engagement Measure (PAUM): Validation and relationship to the Reinforcement Sensitivity Theory. *Personality and Individual Differences*, 117, 81–90. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.034>
- Gimlin, D. (2000). Cosmetic surgery: Beauty as commodity. *Qualitative Sociology*, 23(1), 77-98.
- Goffman, E. (1961). *Asylums: Essays on the social situation of mental patients and other inmates*. Aldine Transaction.
- Goldust, M., Baumann, L., Gold, M. H., & Landau, M. (2024). Advancements in Cosmetics and Aesthetics: A Comprehensive Review. *Dermatological Reviews*, 5(4). 5(4). DOI:10.1002/der.2.245
- Grow, J. N., Vargo, J. D., Nazir, N., & Korentager, R. (2019). Smartphone applications in plastic surgery: a cross-sectional survey of 577 plastic surgeons, fellows, residents, and medical students. *Aesthetic surgery Journal*, 39(12), NP530-NP537.
- Hammond, J. B., Armstrong, V. L., McMullen, K., Bernard, R. W., & Teven, C. M. (2021). Aesthetic surgery research funding: where does it come from and to whom does it go? *Aesthetic surgery Journal*, 41(12), 1473-1480.
- Hair, E., Halle, T., Terry-Human, E., Lavelle, B., & Calkins, J. (2006). *Children's school readiness in the ECLS-K: Predictions to academic, health, and social outcomes in first grade*. Child Trends.
- Haraway, D. (1991). *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. Routledge.
- Hayes, A. F. (2017). *Partial, conditional, and moderated moderated mediation: Quantification, inference, and interpretation*. Taylor and Francis.
- He, J., Sun, S., Zickgraf, H. F., Lin, Z., & Fan, X. (2020). Meta-analysis of gender differences in body appreciation. *Body Image*, 33, 90-100.
- Heale, R., & Forbes, D. (2013). Understanding triangulation in research. *Evidence-based nursing*, 16(4), 98-98.

- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior, 74*, 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.027>
- Hermans, A. M. (2021). Lifting, sculpting, and contouring: Implications of the blurred boundary between cosmetic procedures and 'Other' beauty products/services. *Poetics, 90*, 101610. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101610>
- Hess, U., & Fischer, A. (2022). Emotional mimicry as social regulator: theoretical considerations. *Cognition and Emotion, 36* (5), 785-793. www.tandf.co.uk/journals/titles/02699931.asp doi: 10.1080/02699931.2022.2103522
- Hoffman, L., & Fabi, S. (2022). Look Better, Feel Better, Live Better? The Impact of Minimally Invasive Aesthetic Procedures on Satisfaction with Appearance and Psychosocial Wellbeing. *J Clin Aesthet Dermatol, 15*(5), 47-58.
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image, 17*, 100-110.
- Hosogi, M., Okada, A., Fujii, C., Noguchi, K., & Watanabe, K. (2012). Importance and usefulness of evaluating self-esteem in children. *BioPsychoSocial medicine, 6*(1), 1-6.
- Hu, I., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: A multidisciplinary Journal*. Taylor & Francis.
- Hussein, A. J., & Salman, F. D. (2024). Patient perception and preferences in choosing a healthcare provider for non-surgical facial aesthetic procedures. *Acta Scientifical Medical Sciences, 8*(9), 1-10. <https://doi.org/10.31080/ASMS.2024.08.1909>
- International Society of Aesthetics Plastic Surgery (2020). *ISAPS International Survey on Aesthetics/CosmeticProcedures*. https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2022/01/ISAPS-Global-Survey_2020.pdf. Accessed December 10, 2022.
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery. (2024). Trends in surgical and nonsurgical aesthetic procedures: A 14-year analysis of the International Society of Aesthetic Plastic Surgery—ISAPS. *Review: Special Topics, 48*, 4217–4227.
- Jagdeo, J., Keaney, T., Narurkar, V., Kolodziejczyk, J., & Gallagher, C. J. (2016). Facial Treatment Preferences Among Aesthetically Oriented Men. *Dermatologic Surgery, 42*(10), 1155-1163. DOI: 10.1097/DSS.0000000.000000876
- Jarrin, A. E. (2012). The rise of the cosmetic nation: Plastic governmentality and hybrid medical practices in Brazil. *Medical Anthropology, 31*(3), 213-228.
- Jena, A. B., Seabury, S., Lakdawalla, D., & Chandra, A. (2011). Malpractice risk according to physician specialty. *New England Journal of Medicine, 365*(7), 629-636.

- Johnson, R. B., & Christensen, L. B. (2008). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- Jones, M. (2008). *Skintight: An anatomy of cosmetic surgery*. Berg Publishers.
- Jurcik, T., Jarvis, G. E., Zeleskov Doric, J., Krasavtseva, Y., Yaltonskaya, A., Ogiwara, K., Sasaki, J., Dubois, S., & Grigoryan, K. (2020). Adapting mental health services to the COVID-19 pandemic: reflections from professionals in four countries. *Counselling Psychology Quarterly*, 34(3), 1-27. DOI:[10.1080/09515070.2020.1785846](https://doi.org/10.1080/09515070.2020.1785846)
- Kam, O., Na, S., La Sala, M., Tejeda, C., & Koola, M.M. (2022). The Psychological Benefits of Cosmetic Surgery. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 210(7), 479-480.
- Kaniel, S. (2014). Integration of qualitative and quantitative research in the researcher's toolbox. *Oreshet*, 5, 257-284. [Hebrew]
- Kazemina, M., Salari, N., Heydari, M., Akbari, H., & Mohammadi, M. (2022). The effect of cosmetic surgery on self-esteem and body image: a systematic review and meta-analysis of clinical trial studies. *European Journal of Plastic Surgery*.1-9 ,
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021 April statshot report*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>
- Khan, I. F., De La Garza, H., Lazar, M., Kennedy, K. F., & Vashi, N. A. (2024). Effects of the COVID-19 pandemic on patient social media use and acceptance of cosmetic procedures. *Journal of Clinical Aesthetic Dermatology*, 17(3), 42–47. <https://doi.org/10.1097/PMCID.PMC10941850>
- Kitchener, K. S. (2000). *Foundations of ethical practice, research, and teaching in psychology*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Kolesnyk, D., de Jong, M. G., & Pieters, R. (2021). Gender gaps in deceptive self-presentation on social-media platforms vary with gender equality: A multinational investigation. *Psychological Science*, 32(12), 1952–1964. <https://doi.org/10.1177/09567976211016395>
- Kondakciu, K., Souto, M., & Zayer, L. T. (2022). Self-presentation and gender on social media: an exploration of the expression of “authentic selves”. *Qualitative Market Research*, ISSN: 1352-2752.
- Kranz, D. (2024). Ambivalent associations between competence, warmth, and body size: A person perception approach. *Stigma and Health*, 9(4), 536-544. <https://doi.org/10.1037/sah0000436>
- Lăzărescu, G-M., & Vintilă, M. (2023). The relationship between personality traits and willingness to undergo cosmetic surgery in the non-clinical population – a systematic review and meta-analysis. *Sec. Personality and Social Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1241952>
- Lem, M., Pham, J. T., & Tang, C. J. (2024). Effect of the COVID-19 pandemic on nonsurgical cosmetic procedure interest. *Journal of Dermatologic Surgery*, 41(3). <https://doi.org/10.1177/07488068221141168>.

- Lewis, M. B. (2018). The interactions between botulinum-toxin-based facial treatments and embodied emotions. *Scientific Reports*, 8 (1), article No. 14720. . www.nature.com/srep/index.html
- Li, Z., Li, T., Zhang, L., Zhu, Y., Yu, Z., & Song, B. (2024). Impact of public health and social measures on cosmetic treatments in the COVID-19 pandemic: A retrospective multi-center study combined with a questionnaire-based cross-sectional study. *Journal of Cosmetic Dermatology*. <https://doi.org/10.1111/jocd.16563>
- Liao, D., Lee, M., Shomorony, A., Weitzman, R., & Sclafani, A. P. (2024). Zoom Boom or Bust? Understanding post-pandemic interest in facial plastic surgery via Google Trends. *Laryngoscope*, 317(53). <https://doi.org/10.1002/lary.31753>
- Liew, S., Silberberg, M., & Chantrey, J. (2020). Understanding and treating different patient archetypes in aesthetics medicine. *Journal of cosmetic dermatology*, 19(2), 296-302
- Liew, S., Wu, W. T., Chan, H. H., Ho, W. W., Kim, H. J., Goodman, G. J., Peng, P. H., & Rogers, J. D. (2016). Consensus on changing trends, attitudes, and concepts of Asian beauty. *Aesthetics plastic surgery*, 40(2), 193-201.
- Lonergan, A. R., Bussey, R., Fardouly, J., Griffiths, S., Murray, S. N., Hay, P., Mond, J., Trompetr, N., & Mitchison, D. (2020). *Protect me from my selfie: Examining the association between photo-based social media behaviors and self-reported eating disorders in adolescence*. <https://doi.org/10.1002/eat.23256>
- Lorenz, F. J., Rothka, A. J., Schopper, H. K., & Lighthall, J. G. (2024). Impact of COVID-19 on facial plastic surgery volumes: A large database analysis of pre- and post-pandemic trends. *Laryngoscope Investigative Otolaryngology*. <https://doi.org/10.1002/lio2.1292>
- Maio, G. (2007). Is aesthetic surgery still really medicine? An ethical critique. *Handchirurgie, Mikrochirurgie, Plastische Chirurgie: Organ der Deutschsprachigen Arbeitsgemeinschaft für Handchirurgie: Organ der Deutschsprachigen Arbeitsgemeinschaft für Mikrochirurgie der Peripheren Nerven und Gefässe: Organ der V.*, 39(3), 189-94.
- Major, B., Tomiyama, A. J., Carr, D., Granberg, E. M., Robinson, E., Sutin, A. R., et al. (2018). How and why weight stigma drives the obesity epidemic and harms health. *BMC Medicine*, 16(1), 1–6. 16.
- Marchac, D. (2007). Aesthetic surgery and its future. *Aesthetics Plastic Surgery*, 31(3), 211-212.
- Markey, A. C. (2004). Dermatologists and cosmetic surgery—a personal view of regulation and training issues. *Clinical and experimental dermatology*, 29(6), 690-692.
- Martínez-González, M. C., Martínez-González, R-A., & Guerra-Tapia, A. (2018). Esthetic dermatology and emotional well-being according to gender. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 17(3), 410-416.

- Mastroluca, E., Patalano, M., Bertossi, D. (2021). Minimally invasive aesthetic treatment of male patients: The importance of consultation and the lower third of the face. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 20(7), 2086-2092.
- Matera, C., Nerini, A., & Stefanile, C. (2018). Why are men interested in cosmetic surgery procedures? Examining the role of different forms of peer influence, social comparison, internalization, and body dissatisfaction. *Body image*, 26, 74-77.
- Melfa, F., Bovani, B., Cirillo, P., Clemmentoni, M. T., Gennai, A. (2020). Attitudes, Concerns, and Expectations of Consumers of Aesthetics Medicine and Surgery. *Aesthetic surgery Journal Open Forum*, 2(4), 1-8.
- Mendes, V. M., Diluiso, G., Kamdem, C. J., Goulliart, S., Schettino, M., Dziubek, M., Miszewska, C., & Delhayé, M. (2023). Demographic Study and Description of the Surgical Demand in Aesthetic Surgery. *Ann Plast Surg*, 91(2), 206-210.
- Mironica, A., Popescu, C.A., George, D., Tegzeşiu, A. M., & Gherman, D. C. (2024). *Social Media Influence on Body Image and Cosmetic Surgery Considerations: A Systematic Review*. Cureus, 16(7). E6526. doi: 10.7759/cureus.65626. eCollection 2024 Jul.
- Mohan, A. T., & Branford, O. A. (2012). iGuide to plastic surgery: iPhone apps, the plastic surgeon, and the health care environment. *Aesthetic surgery journal*, 32(5), 653-658.
- Mohamed, T. N. (2024). From faces to fingers: Examining attentional capture of faces and body parts using colour singleton paradigm. *Canadian Journal of Experimental Psychology / Revue canadienne de psychologie expérimentale*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/cep0000358>
- Monks, H., Costello, L., Dare, J., et al. (2021). “We’re Continually Comparing Ourselves to Something”: Navigating Body Image, Media, and Social Media Ideals at the Nexus of Appearance, Health, and Wellness. *Sex Roles*, 84, 221–237. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01162-w>
- Mousavi, S. R. (2010). The ethics of aesthetic surgery. *Journal of cutaneous and aesthetic surgery*, 3(1), 38.
- Murray, S. B., & Touyz, S. W. (2012). Masculinity, Femininity and Male Body Image: A Recipe for Future Research. *International Journal of Men's Health*, 11(3).
- Musatova, Z., Tsvetkova, A., & Musatov B. (2020). Trends of the Youth Audience’s Behavior in Aesthetics Medicine. *The 14th International Days of Statistics and Economics*, Prague, September 10-12, 2020. pp. 729-738.
- Naftali, Y. B., Duek, O. S., Rafaeli, S., & Ullmann, Y. (2018). Plastic surgery faces the web: analysis of the popular social media for plastic surgeons. *Plastic and Reconstructive Surgery Global Open*, 6(12).
- Navas, N., Dharman, D., Manohar, D., Daran, S. S., Bisar, R., & Basher, A. (2019). Effect of clindamycin in acne among college students. *International Journal of Research in Hospital and Clinical Pharmacy*, 1(4), 101-104.
- Neagu, M., Hanganu, B., Iorga, M., & Ioan, B. (2015). Ethical Challenges in Aesthetics Dentistry. *Synthesis*, 246(5), 246-248.

- Nisar, T. M., Prabhakar, G., Ilavarasan, P. V., & Baabdullah, A. M. (2019). Facebook usage and mental health: an empirical study of role of non-directional social comparisons in the UK. *International Journal of Information Management*, 48, 53–62. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.017>.
- Nikson, S., Cojocar, S. (2024). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Aesthetic Procedures. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 86, 167-181, DOI: 10.33788/rcis.86.13
- Orkibi, H., Hamama, L., Gavriel-Fried, B., & Ronen, T. (2018). Pathways to adolescents' flourishing: Linking self-control skills and positively ratio through social support. *Youth & Society*. 50(1), 3-25.
- Paoli, B., & PrOcacci, M. (2019). Motivation and expectations of aesthetics patients. *Minerva Psichiatrica*, 60(4), 180-90.
- Papp, I., Urban, R., Czegledi, E., Babusa, B., & Tury, F. (2013). Testing the Tripartite Influence Model of body image and eating disturbance among Hungarian adolescents. *Body Image*, 10(2), 232-242.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of applied developmental psychology*, 30(3), 227-238.
- Pruzinsky, T., & Cash, T. F. (1990). Integrative themes in body-image development, deviance, and change. *Body images: Development, deviance, and change*, 337-349.
- Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2009). The stigma of obesity: a review and update. *Obesity*, 17(5), 941. <https://doi.org/10.1038/oby.2008.636> PMID: 1916516
- Punch, K. (2000). *Developing Effective Research Proposals*. Sage. Accessible guide, with examples, to the processes involved in drawing up a research proposal.
- Othman, S., Lyons, T., Cohn, J. E., Shokri, T., & Bloom, J. D. (2021). The influence of photo editing applications on patients seeking facial plastic surgery services. *Aesthetic surgery journal*, 41(3), NP101-NP110.
- Ozimek, P., & Bierhoff, H. W. (2020). All my online-friends are better than me: Three studies about ability-based comparative social media engagement, self-esteem, and depressive tendencies. *Behaviour and Information Technology*, 39(10), 1110–1123. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1642385>
- Rahman, E., Rao, P., Webb, W. R., Garcia, P. E., Ioannidis, S., Tam, E., Sayed, K., Philipp-Dormston, W.G., Mosahebi, A., & Carruthers, J. D. A. (2024). Integrating Psychological Insights into Aesthetic Medicine: A Cross-Generational Analysis of Patient Archetypes (IMPACT Study). *Aesth Plast Surg* (2024). <https://doi.org/10.1007/s00266-024-04330-5>
- Rambaree, K., Mousavi, F., Magnusson, P., & Willmer, M. (2020). Youth health, gender, and social media: Mauritius as a glocal place. *Cogent Social Sciences*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1774140>
- Ramphul, K., & Mejias, S. G. (2018). Is " Snapchat Dysmorphia" a real issue?. *Cureus*, 10(3).

- Rashid, W., Deldar, R., & Del Corral, G. (2021). Higher Rates of Body Dissatisfaction in Gay Men Leading to a Rise in Cosmetic Surgery. *Plastic and Reconstructive Surgery–Global Open*, 9(10), e3873.
- Ricciardelli, R., & Clow, K. (2009). Men, appearance, and cosmetic surgery: The role of self-esteem and comfort with the body. *Canadian Journal of Sociology/Cahiers canadiens de sociologie*, 34(1), 105-134.
- Rice, S. M., Siegel, J. A., Libby, T., Graber, E., & Kourosh, A. S. (2021). Zooming into cosmetic procedures during the COVID-19 pandemic: the provider's perspective. *International Journal of Women's Dermatology*, 7(2), 213-216.
- Ringrose, J. (2011). Are you sexy, flirty, or a slut? Exploring 'sexualization' and how teen girls perform/negotiate digital sexual identity on social networking sites. *New femininities* (pp. 99-116). Palgrave Macmillan.
- Rohrich, R. J. (2001). The market of plastic surgery: cosmetic surgery for sale—at what price? *Plastic and reconstructive surgery*, 107(7), 1845-1847.
- Romeo, A. (2020). The body in sociology. Classical theories and contemporary examples of a complex object. *Sociétés*, 1(147), 85-100.
- Rosenfeld, H. (1987). *Impasse and interpretation therapeutic and anti-therapeutic factors in the psychoanalytic treatment of psychotic, borderline, and neurotic patients*. Routledge.
- Sarwer, D. B., Kelly, P. J. A., & Sharp, G. (2024). Psychological aspects of male aesthetic surgery. In S. R. Thaller & M. N. Cohen (Eds.). *A comprehensive guide to male aesthetic and reconstructive plastic surgery* (pp. 23–33). Springer.
- Sarwer, D. B., Magee, L., & Clark, V. (2003). Physical appearance and cosmetic medical treatments: physiological and socio - cultural influences. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 2(1), 29-39.
- Schmidt, D. E. (2019). *Writing in political science: a practical guide*. Routledge.
- Seetan, K., Yassin, R. Y., Khamees, A., et al. (2024). The Effect of Social Media on the Decision to Have Aesthetics or Cosmetic Procedure: A Case-Control Study. *Aesth Plast Surg*. <https://doi.org/10.1007/s00266-024-04470-8>
- Sharma, G. K., & Asaria, J. (2021). The impact of covid-19 on patient interest in facial plastic surgery. *Plastic and Reconstructive Surgery Global Open*, 9(10).
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2018). Exploring the relationship between frequency of Instagram engagement, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482–490. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Singh, P., Birkett, L., Dhar, S., Krumhuber, E., Mosahebi, A., & Ponniah, A. (2024). Facial beauty and the correlation of associated attributes: An empirical aesthetic database study. *Plastic & Reconstructive Surgery - Global Open*, 12(1), e5382. <https://doi.org/10.1097/GOX.0000000000005382>
- Singer, R., & Papadopoulos, T. (2024). There Is no Universal Standard of Beauty. *Aesth Plast Surg* (2024). <https://doi.org/10.1007/s00266-024-04266-w>

- Seetan, K., Yassin, R. Y., Khamees, A., *et al.* (2024). The Effect of Social Media on the Decision to Have Aesthetics or Cosmetic Procedure: A Case-Control Study. *Aesth Plast Surg*. <https://doi.org/10.1007/s00266-024-04470-8>
- Sobanko, J. F., Imadojemu, S., & Miller, C. J. (2012). Epidemiology of cosmetic procedures: an update for dermatologists. *Current Dermatology Reports*, 1(1), 4-13.
- Song, S., Gonzalez - Jimenez, H., & Belk, R. W. (2021). Extending Diderot unities: How cosmetic surgery changes consumption. *Psychology & Marketing*, 38(5), 745-758.
- Stein, J.-P., Scheufen, S., & Appel, M. (2024). Recognizing the beauty in diversity: Exposure to body-positive content on social media broadens women's concept of ideal body weight. *Journal of Experimental Psychology: General*, 153(11), 2642–2656. <https://doi.org/10.1037/xge0001397>
- Sullivan, D. A. (2001). *Cosmetic surgery: The cutting edge of commercial medicine in America*. Rutgers University Press
- Tam, K. P., Ng, H. K. S., Kim, Y. H., Yeung, V. W. L., & Cheung, F. Y. L. (2012). Attitudes toward cosmetic surgery patients: the role of culture and social contact. *The Journal of social psychology*, 152(4), 458-479.
- Tartaglia, S., & Rollero, C. (2015). The effects of attractiveness and status on personality evaluation. *Europe's Journal of Psychology*, 11(4), 677-690. DOI: 10.5964/ejop.v11i4.896
- Thaller, S. R., & Cohen, M. N. (Eds.). (2024). *A comprehensive Guide to Male Aesthetics and Reconstructive Plastic Surgery*. Springer.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (2004). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Thurmond, V. A. (2001). The point of triangulation. *Journal of nursing scholarship*, 33(3), 253-258.
- Třebický, V., Fialová, J., Kleisner, K., & Havlíček, J. (2016). Focal length affects depicted shape and perception of facial images. *PLoS One*, 11(2), e0149313.
- Vaccaro, A., Parente, R., & Veloso, F. M. (2010). Knowledge management tools, inter-organizational relationships, innovation and firm performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 77(7), 1076-1089.
- Verduyn, P., Gugushvili, N., & Kross, E. (2022). Do social networking sites influence well-being? The extended active-passive model. *Current Directions in Psychological Science*, 31(1), 62–68. <https://doi.org/10.1177/096372142111053637>
- Walker, C. E., Krumhuber, E. G., Dayan, S., & Furnham, A. (2021). Effects of social media use on desire for cosmetic surgery among young women. *Curr Psychol*, 40, 3355–3364 (2021). <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00282-1>
- Waldman, A., Maisel, A., Weil, A., Iyengar, S., Sacotte, K., Lazaroff, J. M., ... & 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.

- Wang, Y., Chu, X., Nie, J., Gu, X., & Lei, L. (2021). Selfie-editing, facial dissatisfaction, and cosmetic surgery consideration among Chinese adolescents: A longitudinal study. *Current psychology*, 1-11.
- Wang, Y., Liu, N., Chen, L., Li, Z., He, K., & Chen, J. (2024). Investigation of Appearance Anxiety Levels and Influencing Factors in Patients Undergoing Minimally Invasive Facial Cosmetic Procedures. *Aesth Plast Surg*. <https://doi.org/10.1007/s00266-024-04242-4>
- Ward, B., Ward, M., Fried, O., & Paskhover, B. (2018). Nasal distortion in short-distance photographs: the selfie effect. *JAMA facial plastic surgery*.
- Warren, C. S., Castillo, L. G., & Gleaves, D. H. (2009). The sociocultural model of eating disorders in Mexican American women: Behavioral acculturation and cognitive marginalization as moderators. *Eating Disorders*, 18(1), 43–57.
- Webster, M., & Driskell, J. E. (1983). Beauty as status. *American Journal of Sociology*, 89(1), 140-165.
- Wen, H. (2021). Gentle yet manly: Xiao xian rou, male cosmetic surgery and neoliberal consumer culture in China. *Asian Studies Review*, 253-271.
- Wieczorek, I. T., Hibler, B. P., & Rossi, A. M. (2015). Injectable cosmetic procedures for the male patient. *Journal of Drugs in Dermatology: JDD*, 14(9), 1043-1051.
- Wieczorkowska, M. (2018). Ethical dilemmas of aesthetics medicine: Between restorative medicine and the commercialization of the body. *Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym*, 21(5), 95-107.
- Williams, C. (2007). Research methods. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 5(3).
- Williams, N. (2021). Working through COVID-19: ‘Zoom’ gloom and ‘Zoom’ fatigue. *Occupational Medicine*, 71(3), 164-164.
- Williams, T. R., Davis, B. L., Jones, P., Muwele, C., Simpson, I., & MaShburn, R. (2024). Controlling images and standards of beauty shapes body image: using a relational cultural approach to improve Black American women’s well-being. *Ethnicity & Health*, 29(7), 861-879. <https://doi.org/10.1080/13557858.2024.2378320>
- Wilson, V. (2014). Research methods: triangulation. *Evidence based library and information practice*, 9(1), 74-75.
- Wong, C. H., & Wei, F. C. (2008). Aesthetic surgery trends in Asia. *ISAPS News*, 2(1), 1-2.
- Wu, Y., Mulkens, S., & Alleva, J. M. (2023). 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). <https://doi.org/10.1177/03616843231183946>
- Yip, L. (2024). Anti-aging trends in Australia. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*. <https://doi.org/10.1111/jdv.19647>
- Yoon, S., & Kim, Y. A. (2020). Cosmetic surgery and self-esteem in South Korea: a systematic review and meta-analysis. *Aesthetics plastic surgery*, 44(1), 229-238.

- Zawodny, P., Kulig, P.Z., & Sienko, J. (2021). Aesthetics medicine during the COVID-19 pandemic. How should we proceed in times of uncertainty? *Pomeranian Journal*, 67(1), 42-43.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services marketing strategy. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*.