

DOI: 10.58490/ctjump.2026i96.4497

KHẢO SÁT TIÊU CHUẨN THẨM MỸ VỀ GÓC NGHIÊNG MẶT CỦA CÁN BỘ VÀ NGƯỜI HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC Y DƯỢC CẦN THƠ

*Cao Phú Quý, Trần Yến Nhi, Huỳnh Hoàng Thương,
Lê Thị Mai Phương, Lương Công Đức, Kiều Trần Kim Anh,
Lê Nguyễn Lâm, Trương Lê Thu Nhân**

Trường Đại học Y Dược Cần Thơ

*Email: tltuhan@ctump.edu.vn

Ngày nhận bài: 13/02/2026

Ngày phản biện: 24/3/2026

Ngày duyệt đăng: 25/3/2026

TÓM TẮT

Đặt vấn đề: Thẩm mỹ gương mặt giữ vai trò quan trọng trong giao tiếp, tuy nhiên nhận thức này thường mang tính tương đối và chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố nhân khẩu học. **Mục tiêu nghiên cứu:** 1. Đánh giá nhận thức thẩm mỹ về góc nghiêng mặt của người học và cán bộ; 2. Xác định mối liên quan giữa các yếu tố nhân khẩu học với nhận thức thẩm mỹ này. **Đối tượng và phương pháp nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang thực hiện trên 803 đối tượng (người học và cán bộ) tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ từ tháng 05 đến tháng 10 năm 2025. Sử dụng bộ câu hỏi trực tuyến sử dụng hình ảnh chuẩn hóa về 13 phân độ vị trí môi dưới (từ -6 mm đến +6 mm) so với đường thẩm mỹ E. Số liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 27.0, kiểm định Kruskal-Wallis và hồi quy logistic thứ bậc với mức ý nghĩa $p \leq 0,05$. **Kết quả:** Nghiên cứu gồm 57,3% nữ và 42,7% nam. Đa số đối tượng ưu tiên vị trí môi dưới vị trí trung tính hoặc hơi lồi. Giới tính có tác động mạnh mẽ đến nhận thức thẩm mỹ ($p < 0,001$), trong đó nam giới có xu hướng thích môi nhô hơn nữ giới gấp 1,795 lần ($OR=1,795$; 95%CI:1,401–2,300). Nhóm đối tượng cũng cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa ($p=0,04$), với học viên sau đại học có xu hướng thích môi nhô hơn. Ngược lại, chuyên ngành đào tạo và số năm học tập không cho thấy sự ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê ($p > 0,05$). **Kết luận:** Nhận thức thẩm mỹ về độ lồi môi dưới bị chi phối rõ rệt bởi giới tính và đặc điểm thể hệ, nhưng có tính ổn định cao, không bị thay đổi bởi thời gian đào tạo y khoa.

Từ khóa: Nhận thức thẩm mỹ, góc nghiêng mặt, môi dưới, nhân khẩu học.

ABSTRACT

ASSESSMENT OF AESTHETIC PERCEPTION IN FACIAL PROFILE ANGULATION AMONG FACULTY MEMBERS AND STUDENTS AT CAN THO UNIVERSITY OF MEDICINE AND PHARMACY

*Cao Phu Qui, Tran Yen Nhi, Huynh Hoang Thuong,
Le Thi Mai Phuong, Luong Cong Duc, Kieu Tran Kim Anh,
Le Nguyen Lam, Truong Le Thu Nhan**

Can Tho University of Medicine and Pharmacy

Background: Facial aesthetics plays a crucial role in social communication; however, aesthetic perception is inherently subjective and influenced by demographic factors. **Objectives:** 1. To assess aesthetic perception of the facial profile among students and staff; 2. To determine the association between demographic factors and this aesthetic perception. **Materials and methods:** A cross-sectional descriptive study was conducted on 803 participants (students and staff) at Can Tho University of Medicine and Pharmacy from May to October 2025. Data were collected using an online questionnaire incorporating standardized images representing 13 gradations of lower lip position (from -6 mm to +6 mm) relative to the esthetic E-line. Statistical analyses were performed using SPSS

version 27.0. The Kruskal–Wallis test and ordinal logistic regression were applied, with a significance level set at $p \leq 0.05$. **Results:** The study population consisted of 57.3% females and 42.7% males. The majority of participants preferred a neutral or slightly retruded lower lip position. Gender had a strong influence on aesthetic perception ($p < 0.001$), with males being 1.795 times more likely than females to prefer a more protrusive lower lip (OR=1.795; 95% CI: 1.401–2.300). The participant group also showed a statistically significant difference ($p = 0.04$), as postgraduate students tended to favor a more protrusive lower lip. In contrast, training specialty and duration of study did not demonstrate statistically significant associations with aesthetic perception ($p > 0.05$). **Conclusions:** Aesthetic perception of lower lip retrusion is clearly influenced by gender and generational characteristics, yet remains stable and is not significantly altered by the length or specialty of medical training.

Keywords: Aesthetic perception, facial profile, lower lip, demographic factors.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong hoạt động giao tiếp xã hội, thẩm mỹ của gương mặt giữ vai trò quan trọng, là một trong những nhân tố quyết định đến sự thoải mái, tự tin, tâm lý giao tiếp của cá nhân với những người xung quanh. Tuy nhiên, vẻ đẹp chỉ mang tính tương đối, chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố nhân khẩu học như tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp và nền tảng giáo dục [1]. Nhiều nghiên cứu trên thế giới đã cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa về tiêu chuẩn thẩm mỹ (tiêu chuẩn về đẹp khuôn mặt) bởi các yếu tố trên. Cụ thể, nghiên cứu của Otuyemi và cộng sự (2022) cho thấy các bác sĩ chỉnh nha ưu tiên vị trí môi theo tiêu chuẩn E-line của Ricketts, trong khi đó nhóm sinh viên đại học lại có xu hướng coi hình dạng môi nhô nhẹ là hấp dẫn hơn [2]. Điều này phản ánh xu hướng “văn hóa làm đẹp” hiện đại đang dần chuyển dịch qua những khuôn mặt đầy đặn (gò má cao, mặt tròn) hơn ở nhóm người trẻ tuổi [2], [3].

Sự khác biệt về chuyên môn và thể hệ cũng tạo ra những khác biệt lớn trong nhận thức, việc hiểu rõ mối liên quan giữa các yếu tố nhân khẩu học này giúp bác sĩ xây dựng kế hoạch điều trị cá nhân hóa, đảm bảo sự hài lòng tối ưu của bệnh nhân [3], [4]. Từ những lý do trên, nghiên cứu này được thực hiện nhằm hai mục tiêu: 1) Đánh giá nhận thức thẩm mỹ về góc nghiêng mặt của người học và cán bộ; 2) Xác định mối liên quan giữa các yếu tố nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, chuyên ngành đào tạo) với nhận thức thẩm mỹ này.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện từ tháng 05 năm 2025 đến tháng 10 năm 2025 trên đối tượng là cán bộ và người đang theo học tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ.

- **Tiêu chuẩn chọn mẫu:** Cán bộ (tất cả nhân viên đang công tác tại trường), người học (học viên sau đại học và sinh viên) tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ đồng ý tự nguyện tham gia nghiên cứu và chấp thuận sử dụng số liệu cho mục đích khoa học.

- **Tiêu chuẩn loại trừ:** Những đối tượng không hoàn thành đầy đủ các nội dung trong phiếu khảo sát hoặc cung cấp thông tin không nhất quán.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

- **Thiết kế nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang.

- **Cỡ mẫu:** Áp dụng công thức ước lượng một tỷ lệ: $n = Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \frac{p(1-p)}{d^2}$.

Trong đó: n là cỡ mẫu tối thiểu; α là xác suất sai lầm loại 1; d là độ chính xác tuyệt đối mong muốn, p là tỷ lệ lựa chọn môi dưới ở vị trí trung bình; chọn $\alpha = 0,05$, $d = 0,03$, $p = 20,6\%$ (tỷ lệ lựa chọn góc nghiêng mặt có dạng lồi môi dưới là thu hút theo nghiên cứu

của Ali Khamis Hamad năm 2023) [5]. Áp dụng công thức tính cỡ mẫu trên tính được $n=698$, dự phòng thất thoát 15%, vậy cỡ mẫu cần đạt là 803 mẫu.

- **Phương pháp chọn mẫu:** Chọn mẫu thuận tiện không xác suất. Cán bộ, người học đang công tác, học tập tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ thỏa tiêu chuẩn chọn mẫu và không thuộc tiêu chuẩn loại trừ cho đến khi đủ cỡ mẫu ước lượng.

- **Nội dung nghiên cứu:**

+ Đặc điểm của các yếu tố nhân khẩu học: Giới tính, chuyên ngành và năm đang học tại trường (đối với học viên sau đại học và sinh viên).

+ Nhận thức tiêu chuẩn thẩm mỹ về góc nghiêng mặt: Đánh giá vị trí môi dưới theo các mức độ từ thụt vào đến nhô ra (từ -6 mm đến +6 mm so với đường thẩm mỹ E) riêng biệt cho nam và nữ, tổng cộng có 13 phân độ.

- **Phương pháp xử lý số liệu:** Nhập liệu và phân tích bằng phần mềm SPSS 27.0. Sử dụng thống kê mô tả và kiểm định Chi-square, Kruskal-Wallis và phân tích hồi quy thứ bậc để so sánh sự khác biệt giữa các nhóm; mức ý nghĩa thống kê được xác định khi $p \leq 0,05$.

- **Đạo đức trong nghiên cứu:** Nghiên cứu đã được Hội đồng Đạo đức trong nghiên cứu Y sinh học Trường Đại học Y Dược Cần Thơ phê duyệt và cấp giấy phép chấp thuận đạo đức nghiên cứu số 25.028.SV-ĐHYDCT ngày 12/05/2025.

III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Đặc điểm của các yếu tố nhân khẩu học trên các nhóm đối tượng nghiên cứu

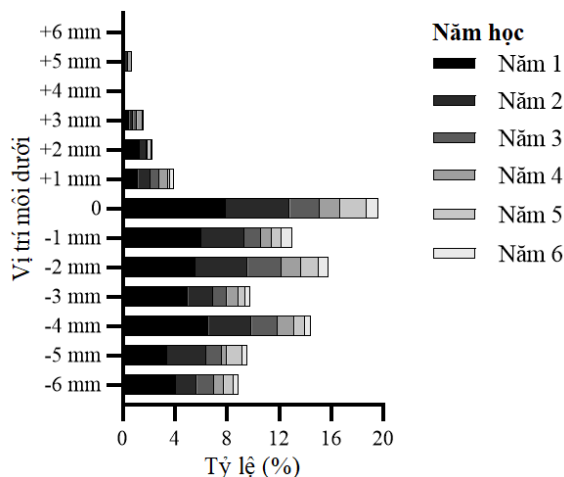
Bảng 1. Đặc điểm của các yếu tố nhân khẩu học trên các nhóm đối tượng nghiên cứu

Đối tượng	Các yếu tố nhân khẩu học	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)	
Sinh viên	Năm theo học	1	317	39,5
		2	183	22,8
		3	97	12,1
		4	65	8,1
		5	59	7,3
		6	34	4,2
	Giới tính	Nam	323	42,8
		Nữ	432	57,2
	Chuyên ngành	Răng Hàm Mặt	54	7,2
		Khác	701	92,8
Học viên sau đại học	Năm theo học	1	32	88,9
		2	3	8,3
		3	1	2,8
	Giới tính	Nam	15	41,7
		Nữ	21	58,3
	Chuyên ngành	Răng Hàm Mặt	29	80,6
		Khác	7	19,4
	Cán bộ	Giới tính	Nam	5
Nữ			7	58,3
Chuyên ngành		Răng Hàm Mặt	10	83,3
		Khác	2	16,7

Nhận xét: Ở nhóm sinh viên, đối tượng tham gia chủ yếu là năm 1 (39,5%), đa số thuộc các chuyên ngành khác (92,8%). Ở nhóm học viên sau đại học, phần lớn người tham

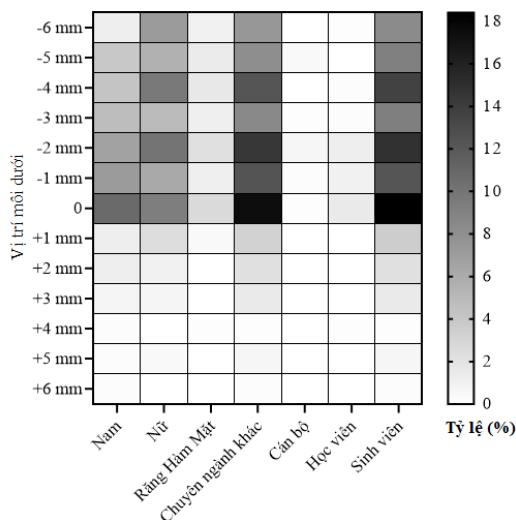
gia là học viên năm 1 (88,9%), chủ yếu là chuyên ngành Răng Hàm Mặt (80,6%). Trong nhóm cán bộ, đa số thuộc chuyên ngành Răng Hàm Mặt (83,3%).

3.2. Đánh giá nhận thức thẩm mỹ về góc nghiêng mặt của đối tượng nghiên cứu



Hình 1. Nhận thức thẩm mỹ về trí môi dưới theo năm học

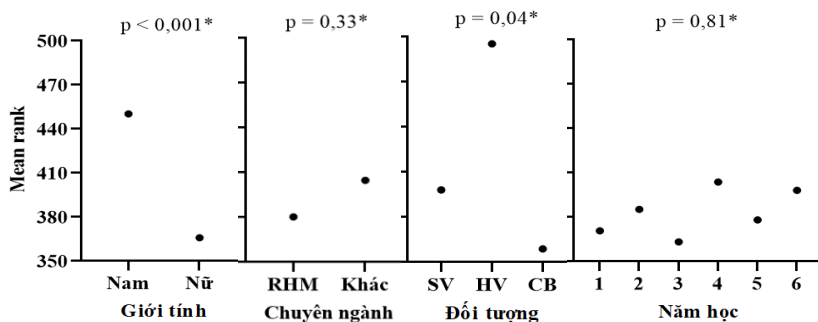
Nhận xét: Tỷ lệ lựa chọn vị trí môi dưới tập trung chủ yếu ở các mức từ lùi 2 mm đến vị trí trung tính (-2 mm đến 0 mm), trong đó mức 0 mm được chọn nhiều nhất, giảm dần từ năm 1 (7,9%) đến năm 6 (0,9%). Mức lùi môi lớn (-6 mm đến -4 mm) chiếm tỷ lệ cao ở sinh viên năm 1 (14,1%) nhưng giảm rõ rệt ở năm 6 (1,2%). Ngược lại, độ nhô môi lớn (+1 mm đến +6 mm) hầu như rất thấp ở mọi năm học, cho thấy xu hướng ưu tiên môi dưới ở vị trí trung tính hoặc hơi lùi.



Hình 2. Nhận thức thẩm mỹ về vị trí môi dưới theo giới tính, đối tượng và chuyên ngành

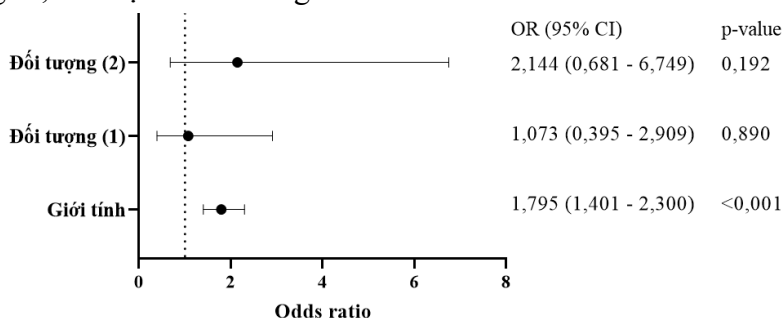
Nhận xét: Vị trí môi trung bình (20%) và lùi 2 mm (16,7%) chiếm tỷ lệ cao nhất, nổi bật ở nhóm cán bộ và các chuyên ngành khác, phản ánh xu hướng ưu tiên vị trí môi dưới trung tính hoặc hơi lùi. Vị trí môi nhô (+1 đến +6 mm) đều có màu rất nhạt ở hầu hết các nhóm (<3,6%), cho thấy tỷ lệ lựa chọn thấp và ít khác biệt giữa các đối tượng/chuyên ngành.

3.3. Môi liên quan giữa các yếu tố nhân khẩu học với nhận thức thẩm mỹ môi dưới



Hình 3. Trung bình thứ hạng theo kiểm định Kruskal-Wallis* (RHM: Răng Hàm Mặt; SV: Sinh viên; HV: Học viên; CB: Cán bộ)

Nhận xét: Nam giới, học viên và sinh viên có xu hướng lựa chọn môi dưới nhô ra; ngược lại, nữ giới, cán bộ có xu hướng thích môi dưới lùi vào.



Hình 4. Phân tích hồi quy logistic thứ bậc cho biến giới tính và đối tượng

Nhận xét: So với nữ, nam giới có xu hướng lựa chọn độ lùi môi dưới cao hơn gấp 1,795 lần, tức tỷ lệ tăng 79,5% odds (OR = 1,795; p < 0,001; 95% CI = 1,401 – 2,300). Điều này cho thấy nam giới có xu hướng thích môi dưới nhô ra nhiều hơn.

IV. BÀN LUẬN

4.1. Đặc điểm của các yếu tố nhân khẩu học trên các nhóm đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu của chúng tôi được thực hiện trên 803 đối tượng, trong đó nhóm sinh viên chiếm đa số với 94%, việc tập trung vào nhóm sinh viên và học viên trẻ tuổi (phần lớn trong độ tuổi 18-25) là phù hợp với các nghiên cứu nhân trắc và thẩm mỹ học hiện đại, vì đây là đối tượng có sự quan tâm cao đến thẩm mỹ cá nhân [6]. Kết quả cho thấy có sự chênh lệch về giới tính với nữ giới chiếm tỷ lệ cao hơn (57,3%) so với nam giới (42,7%). Xu hướng nữ giới tham gia các nghiên cứu về thẩm mỹ nhiều hơn nam giới cũng được ghi nhận trong nhiều công bố quốc tế. Ví dụ, nghiên cứu của Alshammari và cộng sự (2023) có tới 76,5% là nữ [3], hay nghiên cứu của Volpato và cộng sự (2020) có tỷ lệ nữ chiếm 67,5% [7]. Điều này có thể được lý giải bởi nữ giới thường có mức độ tự nhận thức và nhu cầu cải thiện thẩm mỹ khuôn mặt cao hơn nam giới, một yếu tố tâm lý xã hội quan trọng trong chỉnh nha [8],[9]. Trong nhóm sinh viên, đối tượng năm thứ nhất chiếm tỷ lệ cao nhất (39,5%), tương tự cho nhóm học viên sau đại học (88,9%). Sự tập trung vào nhóm mới nhập học có thể giúp đánh giá nhận thức thẩm mỹ “nguyên bản” trước khi đối tượng chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi các kiến thức chuyên môn trong quá trình đào tạo y khoa. Điều này có ý nghĩa quan trọng

khi so sánh với các nghiên cứu của Tipyanggul và cộng sự (2023) về sự khác biệt trong nhận thức thẩm mỹ theo độ tuổi và thể hệ [9].

4.2. Đánh giá nhận thức thẩm mỹ về góc nghiêng mặt của đối tượng nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu ghi nhận giới tính có tác động mạnh mẽ đối với nhận thức thẩm mỹ về độ lồi môi dưới. Cụ thể, nam giới có xu hướng thích môi dưới nhô ra trước nhiều hơn, trong khi nữ giới lại ưu tiên các kiểu môi lồi sau nhẹ nhàng. Phân tích kiểm định Kruskal-Wallis cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê với $p < 0,001$, trong đó nam giới có trung bình thứ hạng (450,35) cao hơn đáng kể so với nữ giới (365,95). Kết quả hồi quy logistic thứ bậc càng khẳng định mối liên hệ này với tỷ lệ Odds (OR) là 1,795 (95% CI: 1,401 - 2,300), cho thấy nam giới có xu hướng thích môi dưới nhô ra trước nhiều hơn gấp 1,795 lần so với nữ giới. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Adamek và cộng sự (2022) trên người Ba Lan, khi chỉ ra rằng nam giới thường “dễ tính” hơn và đánh giá các kiểu mặt nghiêng có độ nhô hàm trên cao hơn so với nữ giới ($p < 0,05$) [10]. Tuy nhiên, kết quả này có sự khác biệt nhất định với Shimomura và cộng sự (2011) tại Nhật Bản, khi họ không tìm thấy sự khác biệt có ý nghĩa giữa nam và nữ trong việc chọn ra 3 ảnh đẹp nhất liên quan đến sự thay đổi vị trí của môi dưới [11]. Sự khác biệt này có thể giải thích bởi yếu tố văn hóa: nam giới Việt Nam trong nghiên cứu này có xu hướng chấp nhận sự mạnh mẽ, đầy đặn của vùng môi dưới, trong khi nữ giới lại ưu tiên các tiêu chuẩn hài hòa với gương mặt thanh tú, môi lồi sau nhẹ nhàng theo xu hướng thẩm mỹ Á Đông hiện đại.

4.3. Mối liên quan giữa các yếu tố nhân khẩu học với nhận thức thẩm mỹ môi dưới

Nghiên cứu chỉ ra ảnh hưởng của nhóm đối tượng đến đánh giá thẩm mỹ có ý nghĩa thống kê ($p = 0,04$), trong đó nhóm học viên sau đại học có trung bình thứ hạng cao nhất (495,47) so với sinh viên (398,23) và nhóm cán bộ (358,92). Điều này phản ánh sự khác biệt về kinh nghiệm và nhận thức theo độ tuổi. Nhóm cán bộ (thường lớn tuổi hơn) có xu hướng thích môi lồi vào, kết quả này phù hợp với nhận định của Alshammari (2023) rằng tuổi tác và trình độ học vấn có ảnh hưởng đáng kể đến nhận thức thẩm mỹ, trong đó người trẻ tuổi thường thích môi nhô và đầy đặn hơn, những người ở độ tuổi trung niên và người già thường ưu tiên vị trí môi trung bình hoặc lồi sau nhẹ theo đường thẩm mỹ Ricketts [3]. Ngược lại, nhóm học viên và sinh viên trẻ bị ảnh hưởng bởi “văn hóa làm đẹp” hiện đại, nơi bờ môi đầy đặn được coi là trẻ trung [12]. Tuy nhiên, hạn chế của nghiên cứu này là cỡ mẫu chênh lệch lớn giữa người học và cán bộ do thiết kế lấy mẫu thuận tiện.

Về chuyên ngành đào tạo, kiểm định Kruskal-Wallis cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mặt định lượng ($p = 0,33$) giữa hai nhóm. Điều này có sự mâu thuẫn với các nghiên cứu khác như của Reddy và cộng sự (2023) kết luận rằng các bác sĩ chỉnh nha thường "chính xác, kiên định và tỉ mỉ" hơn trong việc xác định một gương mặt đẹp so với người không chuyên [13]. Tương tự, Volpato (2020) chỉ ra rằng các bác sĩ thường cho điểm thẩm mỹ thấp hơn đối với các khuôn mặt có độ nhô hoặc lồi môi rõ rệt, trong khi người không chuyên và chính bệnh nhân lại đánh giá ở mức "chấp nhận được" [7]. Sự khác biệt này có thể là do mẫu nghiên cứu chưa sàng lọc về chuyên khoa Răng Hàm Mặt, còn khu trú ở chuyên ngành Răng Hàm Mặt chung, dẫn đến sự chênh lệch lớn với các nghiên cứu trước.

Về yếu tố năm học không cho thấy sự tác động đáng kể đến nhận thức thẩm mỹ về độ lồi môi dưới ($p = 0,81$). Kết quả này củng cố giả thuyết rằng nhận thức về cái đẹp cơ bản là một bản năng hoặc chịu ảnh hưởng của các yếu tố xã hội rộng lớn hơn là kiến thức học thuật thuần túy trong trường đại học. Điều này tương tự với nghiên cứu của Tipyanggul (2023), chỉ ra rằng mặc dù các thế hệ khác nhau (Gen X, Y, Z) có thể có những điểm không

thích khác nhau, nhưng lựa chọn cho hồ sơ mặt hấp dẫn nhất thường có sự đồng thuận cao và tương đối bền vững qua các mốc thời gian [9]. Nghiên cứu của Shimomura (2011) cũng lưu ý rằng truyền thông và mạng xã hội có tác động “hợp nhất” thẩm mỹ của công chúng, khiến cho quan điểm của sinh viên trẻ tuổi khá đồng nhất bất kể giai đoạn học tập [11].

V. KẾT LUẬN

Quan điểm thẩm mỹ về độ lồi môi dưới chịu sự tác động mạnh mẽ bởi yếu tố giới tính và đặc điểm nhóm đối tượng. Trong khi đó, các yếu tố về năm đào tạo và chuyên ngành chuyên sâu không cho thấy sự ảnh hưởng đáng kể đến nhận thức này, khẳng định tính ổn định của gu thẩm mỹ cá nhân bất kể sự khác biệt thời gian đào tạo trong môi trường y khoa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Milutinovic J., Aleksic E., Avramov S., Kalevski K., Gajic M., *et al.* Esthetic preferences of orthodontists, dentists, and plastic surgeons for balanced facial profiles. *Journal of Oral Science*. 2023.65(2), 73-76. DOI: 10.2334/josnusd.22-0396.
2. Otuyemi O., Afolabi D., Oyewole T. Ricketts' E-line Profile Preferences Among Nigerian Orthodontists, Orthodontic Trainees, and a Young Undergraduate Students' Population. *Nigerian Journal of Clinical Practice*. 2022.25(4), 541. DOI: 10.4103/njcp.njcp_1873_21.
3. Alshammari A.K., Algharbi M.A., Alshammari S.K., Alenzi A.A., Malik Y.R., *et al.* Influence of lip position on esthetics perception with respect to profile divergence using silhouette images. *BMC Oral Health*. 2023.23(1), 791. DOI: 10.1186/s12903-023-03537-3.
4. Sadek M.M., Alali M.B. Influence of lip protrusion and thickness on the perception of facial profile attractiveness among subjects with different ethnic backgrounds. *The Angle Orthodontist*. 2025.95(6), 656-662. DOI: 10.2319/092724-796.1.
5. Hamad A.K. Preferred Facial Profile in Tanzanian Populations. *EAS Journal of Dentistry and Oral Medicine*. 2023.5(02), 38-44. DOI: 10.36349/easjdom.2023.v05i02.003.
6. Perović T. The Influence of Class II Division 2 Malocclusions on the Harmony of the Human Face Profile. *Medical Science Monitor*. 2017.23, 5589-5598. DOI: 10.12659/MSM.905453.
7. Volpato G.H., de Almeida-Pedrin R.R., Oltramari P.V.P., Freire Fernandes T.M., de Almeida M.R., *et al.* Self-perception of facial esthetics by patients with different profiles compared with assessments of orthodontists and lay people. *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics: Official Publication of the American Association of Orthodontists, Its Constituent Societies, and the American Board of Orthodontics*. 2020.158(6), 840-848. DOI: 10.1016/j.ajodo.2019.10.027.
8. Melo T.R.N.B. de, Brasileiro T. de O.A., Diniz M. de A.G., Costa P. de S., Júnior A.G. de O. Facial Analysis: Correlation Between Cephalometric Angles and Types of Facial Profile. *The Journal of Dentists*. 2020.8, 18-24. DOI:10.12974/2311-8695.2020.08.4.
9. Tipyanggul W., Changsiripun C., Chamnannidiadha N. Age-related perceptions of laypeople on Class II facial profile alterations. *APOS Trends in Orthodontics*. 2023.13, 15-21. DOI: 10.25259/APOS_101_2022.
10. Adamek A., Sarul M., Lis J., Kobiela Z., Kielczawa M., *et al.* Influence of Lip Projection and Chin Position on Facial Profile Preferences Among Various Layers of Polish Population. Part 1. *Clinical, Cosmetic and Investigational Dentistry*. 2022.14, 253-263. DOI: 10.2147/CCIDE.S358452.

11. Shimomura T., Ioi H., Nakata S., Counts A.L. Evaluation of well-balanced lip position by Japanese orthodontic patients. *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics*. 2011.139(4), e291-e297. DOI: 10.1016/j.ajodo.2009.06.030.
 12. Liu C., Du S., Wang Z., Guo S., Cui M., *et al.* Impact of orthodontic-induced facial morphology changes on aesthetic evaluation: a retrospective study. *BMC Oral Health*. 2024.24(1), 24. DOI: 10.1186/s12903-023-03776-4.
 13. Reddy H., Singla R., Singla N., Natarajan M., Singhal D.K. Esthetic preferences of orthodontists, general dentists, and laypersons for Indian facial profiles: A cross-sectional study. *F1000Research*. 2024.12, 953. DOI: 10.12688/f1000research.138742.2.
-