

بی‌توجهی به این نیاز، آسیب‌های روحی و روانی زیادی به افراد، به‌ویژه زنان، وارد خواهد شد. بیشتر زنان از نظر شخصیتی کمابیش دارای خصلت خودنمایی و جلوه‌گری هستند. این امر موجب خودآرایی آنان می‌شود. درواقع، زنان به ارائه زیبایی خود نزد دیگران بیش از خود زیبایی علاقه نشان می‌دهند.^۱

بی‌توجهی به این نیاز دو سویه دارد: سویه اول (حد تفریط) بی‌توجهی به این نیاز و برآورده نکردن آن از سوی فرد، خانواده و محیط، و سویه دوم (حد افراط) توجه بیش از اندازه تا سرحد تغییرات بدنی مضر و حتی بیمارگونه.

فضای مجازی نقش بسزایی در سویه دوم دارد. وقتی در شبکه‌های اجتماعی، مانند اینستاگرام، زیبایی و تلاش برای زیباتر شدن، آن‌هم به هر نحوی، به عنوان «ارزش» معرفی و تصویرسازی شود، کاربران سعی می‌کنند با اقدام به آن، پذیرش و تأیید دیگران (لایک) را داشته باشند و کاری کنند تا با جلب توجه دیگران، گوی سبقت در رقابت زیبایی را از دیگران بربایند. تا پیش از این، شکل ظاهری افراد ثابت، و خارج از حیطه کنترل فرد بود و افراد در تمام طول زندگی خود، شکل چهره و اندام خود را پذیرفته بودند و با آن زندگی می‌کردند، اما امروزه که امکان تغییرات مختلف در آن به وجود آمده، سعی می‌کنند در رقابتی که برای زیبایی درحال انجام است، از قافله عقب نمانند و برای جذب لایک‌های بیشتر، هرچه زیباتر به نظر آیند.

آماري از دست‌کاري‌های بدني

براساس گزارش انجمن بین‌المللی جراحی پلاستیک^۲ که در ژوئن ۲۰۱۷ منتشر شد، کشورهای آمریکا، برزیل، ژاپن، ایتالیا و مکزیک در رتبه‌های اول تا پنجم عمل‌های جراحی زیبایی تهاجمی و کم‌تهاجمی در سال ۲۰۱۶ قرار داشتند و ۴۱٫۱ درصد کل این عمل‌ها را به خود اختصاص داده بودند. روسیه، هند، ترکیه، آلمان و فرانسه در رتبه‌های ششم تا دهم این جدول جای داشتند.

محبوب‌ترین عمل‌های جراحی زیبایی در سال ۲۰۱۶

- افزایش حجم (۱۵٫۸ درصد کل جراحی‌های زیبایی)
- لیپوساکشن (۱۴ درصد کل جراحی‌های زیبایی)
- جراحی پلک (۱۲٫۹ درصد کل جراحی‌های زیبایی)

۱. محمد بابامیری و دیگران، «عوامل اجتماعی و روان‌شناختی مؤثر بر میزان مصرف مواد آرایشی»، ص ۱۹۳.

- رینوپلاستی (۷.۶ درصد کل جراحی‌های زیبایی)
- ابدومینوپلاستی (۷.۴ درصد کل جراحی‌های زیبایی)
- گزارش ISAPS در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد ۸۶.۲ درصد کل عمل‌های جراحی زیبایی در جهان (۲۰,۳۶۲.۶۵۵ عمل جراحی) مربوط به زنان بوده‌است:
- لیپوساکشن
- بلفاروپلاستی (جراحی پلک)
- ابدومینوپلاستی (حذف چربی اضافی شکم)
- ماستوپکسی
- اما مردان نیز از قافله جراحی‌های زیبایی عقب نمانده‌اند و ۱۳.۸ درصد (۳,۲۶۴.۲۵۴ عمل جراحی) به این گروه اختصاص داشته‌است:
- بلفاروپلاستی (جراحی پلک)
- ژنیکوماستی (بزرگی سینه مردان)
- رینوپلاستی (جراحی بینی)
- لیپوساکشن
- کاشت مو
- شاید نکته جالب این باشد که بیشتر این جراحی‌های تهاجمی و کم‌تهاجمی بر روی صورت متمرکز هستند و دلیل اصلی اهمیت عکس افراد در شبکه‌های اجتماعی است.

از سوی دیگر، یافته‌های تحقیقات نشان داده‌است که رسانه‌ها و فضای مجازی در نوع انتخاب زیبایی نیز مؤثرند. رسانه و فضای مجازی در ارتباط بین ویژگی‌های بدنی و ویژگی‌های شخصیتی افراد نیز نقش دارند، به طوری که شخصیت‌های خوب در فیلم‌ها همیشه از زیبایی خاصی برخوردارند و شخصیت‌های باهوش و دارای نقش مثبت اغلب خوش‌اندام و خوش‌سیمایند. افراد بدجنس، ضعیف و اعتمادناپذیر چهره‌ای زشت و هیکلی چاق، قدکوتاه و موهای سفید دارند. بدین شکل، رسانه‌ها در شکل‌دهی به تصاویر بدنی افراد نقش مهمی ایفا می‌کنند.^۱

در مواجهه با این مسئله، دو عامل شناختی می‌تواند نیاز به خودنمایی را در حد اعتدال مدیریت کند و سطح درگیری در سویه افراط و تفریط را کاهش دهد: انگاره درست به مقوله «زیبایی» و تقویت خودباوری.

۱. سوده مقصودی و دیگران، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش زنان و دختران دانشجو به آرایش»، ص ۱۳۱.

از منظر قرآن کریم، زیبایی درونی است که جایگاه انسان را نزد خداوند بالا می‌برد. از این رو، هرچه انسان از جنبه ظاهری زیبا باشد، بدون زیبایی معنوی ارزشی نزد پروردگار نخواهد داشت. خلاصه کردن و معنا کردن زیبایی به زیبایی ظاهری و بیرونی، نگاه مکتب‌های غیرالهی به انسان و فلسفه زندگی اوست. از منظر مکتب‌های الهی، به‌ویژه مکتب اسلامی، اصالت با پوشش درونی تقوا و زیبایی درونی ایمان است، هرچند در اسلام بر اهمیت پوشش و آراستگی بیرونی نیز تأکید می‌شود (اعتدال در رفع نیاز خودنمایی).

خداوند در عالم دو زیبایی خلق کرده است: زیبایی ظاهری و زیبایی باطنی. زیبایی درونی از زیبایی ظاهری زیباتر است و اصالت با آن است.^۱ آنان که سویه افراطی خودنمایی و خودآرایی را با جمله‌هایی چون «می‌خواهم زیبا باشم» توجیه می‌کنند نیز باید دقت داشته باشند که اولاً همه دوست دارند زیبا باشند؛ ثانیاً زیبایی فقط به چشم و ابرو و مو و لب و دهان نیست، بلکه وزانت هم زیباست، عقل هم زیباست، عفاف هم زیباست و آن زیبایی‌ای که حرمت، حیا، عقل، وزانت، عفت و هنجارهای اخلاقی و رفتاری فرد و جامعه را ضایع کند و به هم بریزد نه تنها زیبا نیست، بلکه بسیار هم زشت است؛ ثالثاً «می‌خواهم زیبا باشم» با «می‌خواهم زیبا جلوه کنم» بسیار متفاوت است و البته میل به جلوه نیکو نیز فطری است، اما انسان عاقل باید دقت کند که چگونه، در کجا و برای چه کسی جلوه می‌کند؛ رابعاً این دسته از افراد دقت کنند که آیا طرف‌های مقابل نیز آنان را زیبا می‌بینند. برای مثال، اگر زنی خود را آرایش کرد و با لباس‌های بدن‌نما در انظار عمومی ظاهر شد، رهگذرانی که او را می‌بینند و برخی نیز هیزی می‌کنند او را زیبا می‌بینند یا آن که طعمه‌ای پست و ارزان، لقمه‌ای خوشمزه و رایگان و وسیله‌ای عمومی برای لذت‌های شهوانی خود می‌بینند.

انگاره ما از زیبایی، رفتارهای ما درباره رفع نیاز به خودنمایی را جهت‌دهی می‌کند. کسی که قائل به زیبایی‌هایی مثل خوش خلقی، گذشت، بخشش و احترام باشد سعی می‌کند خودنمایی‌اش مخلوطی از زیبایی صورت و سیرت (زیبایی اخلاقی) باشد.

۱. حسن ابراهیم زاده، مسئله پوشش، ص ۱۲۹-۱۳۱.