

## آرایش افراطی یا سادگی: بنیان‌های اخلاقی، ارزش‌های شخصی و

### معنای زندگی در زنان

عادلہ احمدی رستمی\*

محمد مهدی شمسایی\*\*

روح‌الله براتیان\*\*\*

#### چکیده

هدف از این پژوهش مقایسه بنیان‌های اخلاقی، ارزش‌های شخصی و معنای زندگی در زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان با آرایش عادی شهر گرگان بود. روش تحقیق به صورت کمی، با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و از نوع علی-مقایسه‌ای بود. از جامعه آماری تعداد ۴۰ نفر (۲۰ زن با آرایش افراطی و ۲۰ زن با آرایش عادی) به روش هدفمند و داوطلبانه به‌عنوان نمونه انتخاب و زمینه‌یاب ارزشی شوارتز، پرسشنامه بنیان‌های اخلاقی، فرم مصاحبه معنای زندگی و چک‌لیست تشخیصی آرایش افراطی محقق ساخته اجرا و برای تحلیل داده‌ها از تحلیل واریانس مانوا و نرم‌افزار SPSS ۱۸ استفاده شد. یافته‌ها نشان داد بین خرده‌مقیاس‌های ارزش‌های شخصی شامل سنت‌گرایی ( $F=۴/۶۸۲$ ،  $p=۰/۰۳۷$ )، لذت‌جویی ( $F=۱۱/۸۱۸$ ،  $p=۰/۰۰۱$ )، قدرت ( $F=۶/۱۷۴$ ،  $p=۰/۰۱۷$ ) و ایمنی ( $F=۹/۱۰۱$ ،  $p=۰/۰۰۵$ ) و خرده‌مقیاس‌های بنیان‌های اخلاقی شامل مراقبت و آسیب ( $F=۶۹/۰۶۲$ ،  $p=۰/۰۰۱$ )، وفاداری به گروه ( $F=۱۳/۸۹۲$ ،  $p=۰/۰۰۱$ )، احترام به مرجعیت ( $F=۴/۵۱۵$ ،  $p=۰/۰۰۴$ )، اخلاق و پاکی ( $F=۸/۱۴۱$ ،  $p=۰/۰۰۷$ ) در دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد. در مجموع زنان با آرایش افراطی در بنیان‌های اخلاقی، ارزش‌های شخصی نمرات پایین‌تری نسبت به زنان با آرایش عادی به دست آوردند. ضمن اینکه در مبانی اساسی معنای زندگی، زنان با آرایش افراطی به مؤلفه‌های کمبود اعتماد به نفس و عدم رضایت از خود و در مقابل، زنان با آرایش عادی بیشتر به مؤلفه‌های هدفمندی زندگی، رضایت و آرامش اشاره داشتند.

واژگان کلیدی: آرایش، هدفمندی زندگی، لذت‌جویی، آسیب، پاکی.

\* کارشناس ارشد مشاوره خانواده، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندرگز، ایران. a.adele77@gmail.com  
\*\* گروه روان‌شناسی بالینی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی بندرگز، ایران، عضو مرکز تحقیقات سلامت معنوی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران (نویسنده مسئول) m.m.shamsaee@gmail.com  
\*\*\* کارشناس ارشد روان‌شناسی عمومی، بخش مداخلات معنوی مرکز خدمات روان‌شناختی باران، گرگان، ایران ruhollahbaratian@gmail.com

## مقدمه

زیبایی به‌عنوان یک ویژگی به اصلی‌ترین ملاک و معیار قضاوت در مورد دختران، چه در عرصه‌های اجتماعی و چه در فرصت‌های ازدواج تبدیل شده است. آنها تحقق بسیاری از خواسته‌های خود را در گرو زیباتر شدن می‌دانند و اتخاذ چنین تصمیمی از سوی خود را آگاهانه و مناسب می‌پندارند؛ و گرنه از خود ناراضی بوده، با طرد از سوی گروه‌های مختلف روبه‌رو می‌شوند (جمالی، کرمی قهی و شالچی، ۱۳۹۲). نگاهی به سلسله‌مراتب ارزش‌های اجتماعی جوامع مختلف در دوره‌های گوناگون نشان می‌دهد، زیبایی یکی از ارزش‌های مهم اجتماعی است که معمولاً تأکید زیادی بر آن می‌شود. یکی از مسائل مطرح شده در این حوزه آرایش صورت است که امروزه در میان دختران جوان رواج زیادی یافته است (نمکی، سیدان و باقری، ۱۳۹۵). آنها با آرایش به زنانگی خود سازمان می‌دهند، نگاه مردانه و میل خود را مدیریت می‌کنند و به صورت‌بندی جدیدی از جنسیت دست می‌یابند (بنگران، آزادارمکی و بهار، ۱۳۸۹).

آرایش کردن در بین جوانان به‌عنوان یک رفتار، از علل و عوامل مختلفی نشئت می‌گیرد (مقصودی، آراسته و تندولی، ۱۳۹۲). یکی از عوامل بسیار مهم و تعیین‌کننده در رفتار انسان‌ها، اخلاق و بنیان‌های اخلاقی<sup>۱</sup> است (گراهام<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۱)؛ بدین معنا که فرد در مواجهه با اخلاقیات، ناهنجاری‌ها و زیرپا گذاشتن قانون، چگونه به استدلال می‌پردازد و دیدگاه وی به مسائل اخلاق‌مدارانه چگونه است (کولوا و همکاران، ۲۰۱۴<sup>۳</sup>). بنیان‌های اخلاقی اصول اساسی پیروی از اخلاقیات در قبال روابط بین فردی در نظر گرفته می‌شود و دارای پنج بعد مراقبت، انصاف، وفاداری، مرجعیت و خلوص است که این پنج بعد، زیربنای اخلاق در بین فرهنگ‌ها و هویت‌های مختلف قومی، نژادی و زبانی می‌باشند (گراهام و همکاران، ۲۰۱۲)؛ هایت<sup>۴</sup> و گراهام، ۲۰۰۷). در پژوهش‌های دیگر بعد «آزادی» که بیانگر احساس کینه و واکنش مردم نسبت به افراد مسلط بر آنان (لایر<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۲) و «غیرت» که شامل مراقبت و محافظت از زنان خویشاوند، شرکای عاشقانه و اقوام و وابستگان است (عطاری، گراهام و دهقانی، ۲۰۲۰)، به‌عنوان مقوله‌های دیگر بنیان‌های اخلاقی معرفی می‌شود؛ در واقع به موجب این بنیان‌ها است که افراد در قبال یکدیگر احساس تعهد، مسئولیت‌پذیری، دوستی و انعطاف‌پذیری دارند (گراهام و همکاران، ۲۰۱۱).

---

1. Moral foundations

2. Graham

3. Koleva

4. Haidt

5. Lyer

در این میان، ارزش‌های شخصی<sup>۱</sup> نیز همانند اخلاق از مقوله‌های مهم و تأثیرگذار در زندگی است (سیفی قزلو و همکاران، ۱۳۹۴). ارزش‌ها، باورهای مجرد در مورد اهداف مطلوب هستند که بنا بر اهمیت آن افراد آنان را اولویت‌بندی و انتخاب می‌کنند و بر این اساس به ارزیابی وقایع، فعالیت‌ها و دیگران می‌پردازند (فیچر<sup>۲</sup> و شوارتز، ۲۰۱۰؛ به نقل از بوستانی و چاری صادق، ۱۳۹۱). ارزش‌ها بیان ادراکی الگوهای پیچیده انتخاب رفتار می‌باشند و در انتخاب، تجزیه و تحلیل و حتی توجیه رفتار خود و دیگران نقش دارند (شوارتز، ۲۰۰۰). ریخت‌های انگیزشی ارزش‌ها شامل ده مؤلفه قدرت، پیشرفت، لذت‌جویی، انگیزش، خودرهنموددهی، جهان‌شمول‌نگری، خیرخواهی، سنت، همنوایی و ایمنی و نیز ساختار ارزشی شوارتز از چهار مؤلفه ارزشی، شامل آمادگی برای تغییر (ارزش‌هایی که بر اعمال، افکار و احساسات مستقل از خویشتن و طرفداری از تغییر تأکید دارند)، محافظه‌کاری (ارزش‌هایی که بر حفظ و حراست از سنت و خود محدودکنندگی تبعیت‌جویانه تأکید دارند)، گسترش خود (ارزش‌هایی که بر پیگیری موفقیت‌های شخصی و سلطه بر دیگران تأکید دارند) و تعالی خود (ارزش‌هایی که بر پذیرش دیگران و علاقه‌مندی به رفاه افراد تأکید دارند) تشکیل می‌شود (بوستانی و چاری صادق، ۱۳۹۱). ارزش‌های شخصی تابع عوامل زیادی همچون نگرش به زندگی (تالویست، کال و رامر، ۲۰۱۷<sup>۳</sup>) و هدفمندی زندگی است (هایت، ۲۰۰۱). البته تعریف ارزش و آثار رفتاری آن از دیدگاه بزرگان دین اسلام کمی متفاوت است. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «قِيَمَةُ كُلِّ أَمْرٍ مَا يُحْسِنُهُ»؛ ارزش هر انسانی به اندازه چیزی است که دوست می‌دارد (نهج‌البلاغه، حکمت ۸۱). براساس خطبه‌های حضرت علی علیه السلام در نهج‌البلاغه، ارزش‌هایی مانند تقوا، ایمان به خداوند، حفظ کرامت نفس و دستیابی به هدف غایی زندگی تعیین می‌کند که افراد باید چه رفتارهایی را انجام دهند (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۱).

باتیستا و آلموند<sup>۴</sup> (۱۹۷۳) معتقدند که هر چه افراد به ارزش‌های بیشتری در زندگی باور داشته و به آنها پایبند باشند، از زندگی با هدف و معنادارتری برخوردار هستند (خواجه پیری و همکاران، ۱۳۹۷). «معنای زندگی» یک احساس یا فکر، دال بر اینکه زندگی ارزش دارد، افراد دارای جایگاه معینی هستند و می‌توانند از طریق فعالیت‌ها، اقدامات، روابط مهربانانه و محبت‌آمیز و داشتن شور و شوق زندگی به دنبال اهداف و مقاصد خود باشند (اسکینل و بیکر، ۲۰۰۶<sup>۵</sup>؛ به نقل از

1. value priorities

2. Fischer

3. Tulviste, Kall &amp; Rämmer

4. Batista &amp; Almond

5. Schenell &amp; Becker

شهسواری، صرامی و پزشک، ۱۳۹۲). بامیستر و نیومن<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) معتقدند هنگامی فرد می‌تواند احساس کند که از یک زندگی معنادار برخوردار است که چهار نیاز او به معنا ارضا شده باشد؛ این چهار نیاز عبارتند از: الف) هدفمند بودن جهت زندگی، ب) احساس کارآمدی و کنترل، ج) برخوردار بودن از ارزش‌ها که بتواند به وسیله آنها کنش‌هایش را توجیه کند و د) وجود یک مبنای باثبات و استوار برای داشتن نوعی حس مثبت خودارزشمندی (دستگیر، عسگری و کریمی، ۱۳۹۶). الگوی نهایی معنای زندگی در نهج البلاغه شامل مؤلفه‌های شناختی، عاطفی و انگیزشی است. مؤلفه‌های انگیزشی شامل فرایندهایی می‌شوند که نقش بازدارندگی یا توسعه‌بخشی از رفتار را به عهده دارند. ارزش‌هایی مانند تقوا، ایمان به خداوند، حفظ کرامت نفس و دستیابی به هدف غایی زندگی تعیین می‌کند که فرد چه رفتارهایی را باید انجام دهد و از چه کاری دوری کند (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۱). از نظر قرآن کریم زندگی معنادار ویژگی‌هایی همچون یاد خدا، عدم خسران در زندگی، هدایت شدن، آسایش در زندگی و آرامش قلب و نفس مطمئنه است (کاردان‌پور و مروتی، ۱۳۸۸).

بررسی‌ها نشان داده است که وقتی افراد به علت وجود اهداف یا زمینه‌هایی، معنای زندگی بیشتری را احساس می‌کنند، به همان اندازه احساس کمتری در زمینه بدشکلی بدن دارند (دستگیر و همکاران، ۱۳۹۶). همچنین رابطه معناداری بین ارزش‌های فرهنگی، فرصت‌های اجتماعی، دینداری و تصور از بدن با میزان تمایل به آرایش وجود دارد (حسینی، موحد و محمدی، ۱۳۸۸). با وجود این، هر چند نتایج اخیر نشان داده است که بین تصویر بدنی با میزان گرایش به آرایش رابطه منفی و معنادار وجود دارد، اما بین ابعاد شخصیتی با میزان تمایل به آرایش، رابطه معنادار وجود ندارد (درگاهی، خانجانی و باباپور خیرالدین، ۱۳۹۴). همچنین بررسی دختران جوان نشان داده است که بین نحوه آرایش و پوشش زنان با آزار جنسی رابطه وجود دارد. افرادی که آرایش‌های غلیظ و خلاف عرف و سنت حاکم بر جامعه دارند، بیشتر مورد آزار جنسی قرار می‌گیرند (شکری و هاشمی، ۱۳۹۳). مصرفی شدن جامعه در پی واردات زیاد لوازم آرایش، ارتباط آرایش با مسائل و مشکلات اجتماعی و تضاد آن با ارزش‌های دینی، این پدیده را تبدیل به مسئله‌ای درخور بحث کرده است و این امر خود ضرورت انجام پژوهش‌های روان‌شناختی را در این باره می‌طلبد. در گرایش دختران به آرایش، عواملی همچون عوامل اجتماعی (گروه همسالان، خانواده، همانندسازی، محیط اجتماعی، کسب فرصت‌های اجتماعی) و عوامل روان‌شناختی (اعتماد به نفس، خودآرمانی، جلب توجه جنس مخالف) و عوامل فرهنگی (مد و رسانه‌های گروهی) نقش دارند

1. Baumeister & Newman

(غلامی، فرجاد و اکبری‌ان، ۱۳۸۹؛ مقصودی و همکاران، ۱۳۹۲؛ جمالی و همکاران، ۱۳۹۲؛ نمکی و همکاران، ۱۳۹۵؛ ایشی کیریاما و سوزوکی،<sup>۱</sup> ۲۰۱۷). برخی پژوهشگران خودآرایی را بیش از آنکه بر مبنای دلایل فردی و روان‌شناختی باشد، بر پایه دلایل اجتماعی می‌دانند (نمکی و همکاران، ۱۳۹۵) و برخی نیز معتقدند گاه آرایش بیش از حد و غیرمتعارف در دختران تبدیل به ابزاری برای کسب قدرت اجتماعی و لجبازی می‌شود؛ آنها کج‌دهنی خود به برخوردهای نسنجیده خانواده و اجتماع را با رنگ‌های تند صورت‌هایشان یا هر نوع هنجارشکنی ممکن نشان می‌دهند (شیلینگ،<sup>۲</sup> ۲۰۱۲؛ مقصودی و همکاران، ۱۳۹۲)، اما پژوهشی دیگر نشان می‌دهد که استفاده از وسایل آرایش به نوعی نشان‌دهنده اهمیت زنان به خود و ارزش قائل شدن برای بدن خود است (دوناگو و اولی،<sup>۳</sup> ۲۰۱۲؛ نش<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). با توجه به اختلاف‌نظرهای موجود ضرورت بررسی هر چه بیشتر این پدیده در بین زنان نمایان می‌شود.

اسمیت، آکوینو، کولوا و گراهام<sup>۵</sup> (۲۰۱۴)، نشان دادند اثر تعاملی هویت اخلاقی و بنیان‌های اخلاقی می‌تواند نگرش‌ها و هدف‌های افراد را تعیین کند؛ همچنین علامه طباطبایی معتقد است شناخت و انتخاب هدف، یکی از اساسی‌ترین موضوعات زندگی انسان است و همه بی‌معنایی و پوچی زندگی در خود فراموشی، تفکر دنیوی، عدم درک جایگاه انسانی، دوری از اعتقاد به خدا و انسان‌محوری است (دهقانی و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین پی بردن به معناداری زندگی افراد گامی ضروری در تحلیل رفتار آنان است. از سوی دیگر، ارزش‌های شخصی و اخلاق از مؤلفه‌های بسیار تأثیرگذار در تمام جنبه‌های زندگی انسان است (سیفی قوزلو، حمیدی، شریفی و خلیلی، ۱۳۹۴). هر رفتاری نمایانگر یک ارزش است و دارای پیامدهای اجتماعی، عملی و روان‌شناختی است (شریفی و همکاران، ۱۳۹۵). آرایش کردن نیز از این قاعده مستثنا نیست و به همین علت بررسی این جنبه روان‌شناختی از اهمیت بسزایی برخوردار است. از آنجا که بی‌تردید اخلاق و بنیان‌های اخلاقی سهم قابل توجهی را در جهت‌دهی رفتار انسان ایفا می‌کنند (هایت و جوزف،<sup>۶</sup> ۲۰۰۴) و هیچ پژوهشی نیز به بررسی موارد بالا در بین زنان با آرایش افراطی نپرداخته است، ضرورتی دیگر در انجام این پژوهش می‌باشد. ما در این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم که «آیا بین بنیان‌های اخلاقی، ارزش‌های شخصی و معنای زندگی در زنان با آرایش افراطی و عادی تفاوت وجود دارد؟».

1. Ishikiriya & Suzuki
2. Shilling
3. Donaghue & Avelie
4. Nash
5. Smith, Aquino, Koleva & Graham
6. Haidt & Joseph

### روش پژوهش

روش این پژوهش، با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و اکتشافی، با توجه به زمان از نوع مقطعی، از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها به صورت کمی، با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و از نوع پژوهش‌های علی-مقایسه‌ای بود. جامعه آماری را همه زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان با آرایش عادی شهر گرگان در فروردین و اردیبهشت ماه ۱۳۹۷، مراجعه‌کننده به شصت مرکز آرایش و زیبایی سطح شهر گرگان تشکیل دادند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند و داوطلبانه بود که با تشخیص دارا بودن آرایش افراطی از راه چک‌لیست تشخیص نوع آرایش محقق ساخته صورت گرفت. در نهایت تعداد ۴۰ زن مراجعه‌کننده به مراکز آرایشی و زیبایی (۲۰ زن با آرایش افراطی و ۲۰ زن با آرایش عادی) به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها نیز از ابزار زیر استفاده شد:

**الف) زمینه‌یاب ارزشی شوارتز<sup>۱</sup> (SVS):** جهت سنجش ارزش‌های شخصی از مقیاس زمینه‌یاب ارزشی شوارتز و راس (۱۹۹۵) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۵۷ ماده ارزشی منفرد، برای تجسم ۱۰ مؤلفه ارزشی متمایز انگیزشی و دربردارنده دو مجموعه ارزشی است: فهرست ارزش‌های غایی (از ۱ تا ۳۰) و فهرست ارزش‌های ابزاری (از ۳۱ تا ۵۷). نمره‌گذاری سؤال از منفی ۱ تا مثبت ۷ و نمره بالاتر نشان‌دهنده وضعیت بهتر است (دلخمش، ۱۳۸۵). در مطالعه پازرن و اشمیت<sup>۲</sup> (۱۹۹۳) اعتبار زمینه‌یاب ارزشی شوارتز با استفاده از روش بازآزمون تأیید شد. ضریب پایایی آن در یک نمونه ایرانی نیز مورد تأیید قرار گرفت (دلخمش، ۱۳۸۵). همچنین در مطالعه دیگری ضریب پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۸ و برای خرده‌مقیاس‌ها شامل هم‌نواپی ۰/۵۲، سنت‌گرایی ۰/۶۷، نعدوستی ۰/۷۹، جهان‌شمول‌نگری ۰/۷۲، خودرهنموددهی ۰/۷۰، تحریک‌طلبی ۰/۶۳، لذت‌جویی ۰/۶۸، پیشرفت ۰/۸۱، قدرت ۰/۷۴ و ایمنی ۰/۸۳ به دست آمد (سیفی قزلو و همکاران، ۱۳۹۴).

**ب) پرسشنامه بنیان‌های اخلاقی<sup>۳</sup> (MFQ 30):** هایت و گراهام این پرسشنامه را با ۳۰ گویه، به منظور ارزیابی و سنجش پنج بعد اخلاق تدوین کرده‌اند که با یک مقیاس لیکرت ۶ درجه‌ای نمره‌گذاری می‌شود. آلفای کرونباخ برای بعد مراقبت و آسیب (۰/۶۹)، انصاف و بی‌طرفی (۰/۶۵)، وفاداری به گروه (۰/۷۱)، احترام به مرجعیت (۰/۷۴) و اخلاق و پاکی (۰/۸۴) به دست آمده است؛ همچنین در پنج بعد دارای همسانی درونی مناسبی است و پایایی پرسشنامه به روش

1. Schwartz Value Survey

2. Posner & Schmidt

3. Moral Foundations Questionnaire

بازآزمایی با همبستگی پیرسون برای بعد مراقبت و آسیب ۰/۷۱، بعد انصاف ۰/۶۸، بعد وفاداری به گروه ۰/۶۹، بعد احترام به مرجعیت ۰/۷۱ و بعد اخلاص ۰/۸۲ به دست آمده است. ضریب پایایی کلی این پرسشنامه در پژوهش سیفی قزلو و همکاران (۱۳۹۴) با استفاده از آلفای کرونباخ حدود ۰/۷۹ و برای خرده‌مقیاس‌های مراقبت و آسیب، انصاف، وفاداری، احترام به مرجعیت و خلوص به ترتیب ۰/۵۸، ۰/۷۹، ۰/۶۱، ۰/۷۰ و ۰/۷۳ به دست آمده است. در پژوهشی دیگر برازش داده‌ها به مدل پنج‌عاملی همبسته قابل قبول بوده است (نجات و حاتمی، ۱۳۹۸).

ج) فرم مصاحبه معنای زندگی محقق‌ساخته: این فرم مصاحبه براساس نظریات رکر<sup>۱</sup> (۱۹۹۴، ۲۰۱۱) و با توجه به مبانی نظری و مطالعات کتابخانه‌ای و به طور خاص پیشینه تحقیقاتی در جوامع متشابه طراحی و ابعاد آن شامل هدف زندگی، رضایت از زندگی، شادکامی و امید به زندگی در نظر گرفته شده است. هدف کلی آن دستیابی به نگرش به زندگی با هدف و معنای زندگی محوریت زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان عادی است، که به‌طورکلی این ابزار شامل ۲ گویه می‌باشد: (۱) اهداف خاصی در زندگی اتان دارید؟ و در رسیدن به این اهداف چقدر موفق بوده‌اید؟ (۲) ارزشمندترین دستاورد زندگی تان تا این لحظه چیست؟. طیف سؤالات به صورت طیف سؤال باز پاسخ از زنان با توجه به معیارهای مطالعه بود و انجام مصاحبه تا رسیدن به اشباع داده‌ها ادامه یافت.

د) چک لیست تشخیصی آرایش افراطی: تدوین این چک لیست برگرفته از پژوهش شگری و هاشمی (۱۳۹۳) و تعریف آرایش افراطی که شامل خدمات زیبایی زنان منحصر به خود می‌باشد؛ همچون قرینه‌سازی ابرو، کوپ، آرایش صورت، شنیون، براشینگ، میکاپ، رنگ و مش و لایت، فر و بافت مو، خدمات ناخن، پدیکور، مانیکور، وکس صورت، اپیلاسیون، گریم ابرو و اپیلاسیون که از حالت معمول و مرسوم آن در بطن جامعه فراگیرتر مورد استفاده قرار گیرد (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۲). این چک لیست محقق‌ساخته ۱۴ سؤالی در دو بعد ۱۰ و ۴ سؤالی می‌باشد؛ در بعد ۱۰ سؤالی، طیف لیکرت چهار گزینه‌ای (از اصلاً تا خیلی زیاد) و نمره‌گذاری از صفر تا ۳ می‌باشد. در بعد ۴ سؤالی، میزان پوشش اعضا و مراجعه به آرایشگاه مشخص می‌شود و از صفر تا ۱۲ نمره دارد. در مجموع نمره بین ۰ تا ۱۳ آرایش عادی، بین ۱۴ تا ۲۷ آرایش متوسط و ۲۸ تا ۴۰ آرایش افراطی قلمداد می‌شود. روایی محتوا از سوی صاحب‌نظران تأیید شده و پایایی به روش آلفای کرونباخ ۰/۷۹ به دست آمده است.

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید که در آمار توصیفی به محاسبه درصد، میانگین، انحراف معیار، ترسیم نمودارها و تدوین جداول

1. Reker

پرداخته شد و در آمار استنباطی با توجه به مفروضات پیش فرض‌های آماری (نرمال بودن توسط آزمون شاپیرو-ویلک و همگونی واریانس‌ها)، برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش آماری تحلیل واریانس چند متغیره (مانوا) و نرم افزار spss ۱۸ استفاده شد.

### یافته‌ها

در این پژوهش ۷۵٪ زنان با آرایش افراطی بین ۲۵ تا ۳۰ سال و ۲۵٪ بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن داشتند و مجرد بودند؛ همچنین زنان با آرایش عادی ۶۵٪ بین ۲۵ تا ۳۰ سال و ۳۵٪ بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن داشتند و آنان نیز مجرد بودند. زنان با آرایش افراطی ۶۵٪ دیپلم، ۲۰٪ فوق دیپلم، ۱۰٪ لیسانس و ۵٪ فوق لیسانس و زنان با آرایش عادی ۵۵٪ دیپلم، ۵٪ فوق دیپلم، ۲۵٪ لیسانس و ۱۵٪ فوق لیسانس داشتند. ۷۰٪ زنان با آرایش افراطی دارای شغل آزاد و ۳۰٪ خانه‌دار بودند. همچنین ۵۵٪ زنان با آرایش عادی دارای شغل آزاد و ۳۰٪ خانه‌دار و ۱۵٪ شغل اداری داشتند. تمامی مقادیر به دست آمده از بررسی کشیدگی و چولگی در بازه (۲ تا -۲) قرار دارد؛ بنابراین وضعیت متغیرها کشیده و چوله نیست.

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی متغیر ارزش‌های شخصی و بنیان‌های اخلاقی به تفکیک گروه‌ها

متغیر	گروه	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد
همنوایی	زنان با آرایش افراطی	۰	۲۲	۱۴/۱۰	۴/۵۹
	زنان با آرایش عادی	۶	۲۶	۱۵/۱۵	۵/۲۶
سنت‌گرایی	زنان با آرایش افراطی	۴	۲۴	۱۳/۸۵	۳/۱۵
	زنان با آرایش عادی	۸	۲۶	۱۵/۷	۳/۳۱
خبرخواهی	زنان با آرایش افراطی	۱	۲۱	۱۵/۷۰	۳/۴۳
	زنان با آرایش عادی	۶	۳۲	۹/۰۵	۳/۷۵
جهان‌شمول‌نگری	زنان با آرایش افراطی	۹	۴۲	۹/۷۰	۲/۸۸
	زنان با آرایش عادی	۱۵	۵۰	۱۶/۸	۳/۰۵
خودرهنمودهی	زنان با آرایش افراطی	۶	۳۴	۱۳/۶۵	۳/۲۴
	زنان با آرایش عادی	۸	۳۵	۱۴/۵۰	۲/۲۳
تحریک‌طلبی	زنان با آرایش افراطی	۰	۱۸	۱۳/۵۰	۳/۲۰
	زنان با آرایش عادی	۳	۱۸	۱۸/۱۵	۵/۳۷
لذت‌جویی	زنان با آرایش افراطی	۲	۱۹	۱۳/۶۵	۲/۳۲
	زنان با آرایش عادی	۱	۱۷	۱۵/۱۰	۷/۱۶
پیشرفت	زنان با آرایش افراطی	۴	۳۱	۱۳/۲۰	۴/۷۰
	زنان با آرایش عادی	۶	۳۹	۱۳/۳۰	۹/۸۴
قدرت	زنان با آرایش افراطی	۴	۱۷	۱۲/۶۵	۳/۳۳



متغیر	گروه	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد
ایمنی	زنان با آرایش عادی	۲	۱۹	۱۷/۲۰	۵/۱۵
	زنان با آرایش افراطی	۴	۳۸	۱۲/۶۵	۲/۹۰
	زنان با آرایش عادی	۸	۳۸	۱۴/۱۵	۲/۸۷۵
مراقبت و آسیب	زنان با آرایش افراطی	۱۰	۱۶	۱۳/۸۰	۱/۵۷
	زنان با آرایش عادی	۱۶	۱۸	۱۷/۱۵	۲/۷۸۵
انصاف و بی‌طرفی	زنان با آرایش افراطی	۱۱	۲۱	۱۸/۶۵	۱/۷۲
	زنان با آرایش عادی	۱۲	۲۸	۲۰/۰۵	۴/۷۹۵
وفاداری به گروه	زنان با آرایش افراطی	۱۰	۱۹	۱۵/۰۵	۲/۶۴
	زنان با آرایش عادی	۱۱	۲۸	۱۹/۵۵	۴/۷۰۶
احترام به مرجعیت	زنان با آرایش افراطی	۱۰	۲۱	۱۶/۶۰	۲/۵۲
	زنان با آرایش عادی	۱۱	۲۳	۱۸/۵۰	۳/۱۰
اخلاق و پاکی	زنان با آرایش افراطی	۱۱	۲۱	۱۵/۴۵	۲/۹۱
	زنان با آرایش عادی	۱۱	۲۴	۱۸/۳۰	۳/۳۸

جدول ۱، مقادیر به دست آمده از آمار توصیفی و به طور خاص دو شاخص گرایش به مرکز شامل میانگین و شاخص پراکنندگی شامل انحراف استاندارد متغیر ارزش‌های شخصی به تفکیک گروه‌ها زنان با آرایش افراطی و زنان با آرایش عادی نشان می‌دهد.

جدول ۲: نتایج آزمون شاپیرو و ولیک متغیرهای بنیان‌های اخلاقی و ارزش‌های شخصی در زنان با آرایش افراطی و زنان با آرایش عادی

متغیر	زنان با آرایش عادی	زنان با آرایش افراطی	سطح معناداری	سطح معناداری
همنوابی	مقدار آزمون شاپیرو و ولیک	مقدار آزمون شاپیرو و ولیک	۰/۸۷۵	۰/۸۹۰
	۰/۹۰۲	۰/۴۱۵	۰/۳۱۷	۰/۵۴۰
سنت‌گرایی	۰/۹۰۷	۰/۴۱۵	۰/۱۲۶	۰/۸۳۸
	۰/۸۲۳	۰/۱۱۱	۰/۲۴۸	۰/۸۷۵
خیرخواهی	۰/۸۹۲	۰/۳۳۱	۰/۳۲۴	۰/۸۹۱
	۰/۸۵۴	۰/۳۵۴	۰/۴۱۵	۰/۹۰۷
جهان‌شمول‌نگری	۰/۹۶۶	۰/۸۶۳	۰/۷۹۴	۰/۹۵۷
	۰/۹۲۷	۰/۵۵۷	۰/۹۶۴	۰/۹۸۳
خودرهنمودهی	۰/۸۵۱	۰/۱۶۱	۰/۲۶۴	۰/۸۵۴
	۰/۸۳۲	۰/۱۱۲	۰/۹۸۵	۰/۹۸۸
تحریک‌طلبی	۰/۹۵۱	۰/۷۵۲	۰/۸۴۶	۰/۹۶۳
	۰/۹۲۷	۰/۵۵۴	۰/۷۸۱	۰/۹۵۵
لذت‌جویی	۰/۹۸۲	۰/۹۶۰	۰/۱۷۸	۰/۸۵۷
	۰/۸۸۹	۰/۳۱۵	۰/۱۴۶	۰/۸۴۶

متغیر	زنان با آرایش عادی	زنان با آرایش افراطی	سطح معناداری
پیشرفت	مقدار آزمون شاپیرو و ولیک	مقدار آزمون شاپیرو و ولیک	سطح معناداری
	۰/۹۵۵	۰/۹۶۱	۰/۸۳۰
قدرت	۰/۹۶۱	۰/۹۱۶	۰/۴۸۰
	۰/۸۶۸	۰/۸۴۱	۰/۱۳۴
ایمنی	۰/۹۶۰	۰/۸۹۴	۰/۳۳۸
	۰/۸۵۹	۰/۶۳۴	۰/۱۲۴
مراقبت و آسیب	۰/۹۴۷	۰/۹۵۴	۰/۷۷۳
	۰/۹۸۴	۰/۹۴۰	۰/۶۵۶
انصاف و بی‌طرفی	۰/۹۲۱	۰/۹۱۰	۰/۴۳۵
	۰/۹۰۴	۰/۹۴۳	۰/۶۸۰
وفاداری به گروه	۰/۸۶۵	۰/۹۷۰	۰/۸۹۴
	۰/۸۶۴	۰/۹۴۲	۰/۶۲۰
احترام به مرجعیت	۰/۸۴۱	۰/۹۱۱	۰/۸۲۱
	۰/۹۴۷	۰/۹۵۴	۰/۷۷۵
اخلاق و پاکی	۰/۹۶۲	۰/۹۴۰	۰/۶۵۷
	۰/۹۱۰	۰/۹۷۳	۰/۹۱۳
	۰/۹۶۱	۰/۸۹۵	۰/۳۴۶

جدول ۲، نشان می‌دهد که به‌طورکلی با توجه به مقادیر به‌دست آمده از آزمون شاپیرو و ولیک، توزیع تمامی متغیرها با توجه به سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ نر مال است.

جدول ۳: نتایج حاصل از تحلیل واریانس چند متغیر (مانوا)  
بر روی متغیر بنیان‌های اخلاقی و ارزش‌های شخصی در دوگروه

متغیر	نام آزمون	مقدار	تحلیل واریانس	فرضیه درجه آزادی	خطای درجه آزادی	سطح معناداری
بنیان‌های اخلاقی	لامبدایی ویلکز	۰/۳۳۶	۱۳/۴۶۸	۵	۳۴	۰/۰۰۰
ارزش‌های شخصی	لامبدایی ویلکز	۰/۵۸۶	۲/۳۵۴	۹	۳۰	۰/۰۰۳

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، آزمون مانوا در سطح ( $P < 0.001$ ) معنادار است.

جدول ۴: نتایج حاصل از تحلیل واریانس چند متغیره بر روی خرده‌مقیاس‌های بنیان‌های اخلاقی

منبع پراکندگی	متغیرها	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	معناداری
گروه	مراقبت و آسیب	۱۱۲/۲۲۵	۱	۱۱۲/۲۲۵	۶۹/۰۶۲	۰/۰۰۱
	انصاف و بی‌طرفی	۱۹/۶۰۰	۱	۱۹/۶۰۰	۱/۵۰۹	۰/۲۲۷
	وفاداری به گروه	۲۰۲/۵۰۰	۱	۲۰۲/۵۰۰	۱۳/۸۹۲	۰/۰۰۱
	احترام به مرجعیت	۳۶/۱۰۰	۱	۳۶/۱۰۰	۴/۵۱۵	۰/۰۰۴
	اخلاق و پاکی	۸۱/۲۲۵	۱	۸۱/۲۲۵	۸/۱۴۱	۰/۰۰۷

نتایج جدول ۴ گویای آن است که در مجموع بین خرده‌مقیاس مراقبت و آسیب (۰/۰۰۱)، وفاداری به گروه (۰/۰۰۱)، احترام به مرجعیت (۰/۰۰۴) و اخلاق و پاکی (۰/۰۰۷) در دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۵: نتایج حاصل از تحلیل واریانس چند متغیره بر روی خرده‌مقیاس‌های ارزش‌های شخصی

منبع پراکندگی	متغیرها	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	معناداری
گروه	همنوایی	۱۱/۰۲۵	۱	۱۱/۰۲۵	۰/۴۵۱	۰/۵۰۶
	سنت‌گرایی	۳۴/۲۲۵	۱	۳۴/۲۲۵	۴/۶۸۲	۰/۰۳۷
	خیرخواهی	۱۹/۶۰۰	۱	۱۹/۶۰۰	۱/۵۱۴	۰/۲۲۶
	جهان‌شمول‌نگری	۴/۲۲۵	۱	۴/۲۲۵	۰/۴۷۹	۰/۴۹۳
	خودرهنمودهی	۹۹/۲۲۵	۱	۹۹/۲۲۵	۱/۲۶۳	۰/۲۶۸
	تحریک‌طلبی	۱۰	۱	۱۰	۰/۸۷۲	۰/۳۵۶
	لذت‌جویی	۲۰۲/۵۰۰	۱	۲۰۲/۵۰۰	۱۱/۸۱۸	۰/۰۰۱
	پیشرفت	۳۶/۱۰	۱	۳۶/۱۰	۰/۹۸۲	۰/۳۲۸
	قدرت	۷۲/۹۰	۱	۷۲/۹۰	۶/۱۷۴	۰/۰۱۷
	ایمنی	۸۱/۲۴۵	۱	۸۱/۲۴۵	۹/۱۰۱	۰/۰۰۵

نتایج جدول ۵ بیانگر آن است که در مجموع بین خرده‌مقیاس سنت‌گرایی (۰/۰۳۷)، لذت‌جویی (۰/۰۰۱)، قدرت (۰/۰۱۷) و ایمنی (۰/۰۰۵)، در دو گروه با توجه به تحلیل واریانس چندمتغیره (مانوا) تفاوت معناداری در سطح ( $P < 0.001$ ) وجود دارد.

جدول ۶: دسته‌بندی داده‌های به دست آمده از فرم مصاحبه در متغیر معنای زندگی

مضامین اصلی نگرش	جامعه
رضایت و آرامش تعهد هدمندی و معنا در زندگی ارزشمندی خود پیشرفت	زنان با آرایش عادی
عدم اعتماد به نفس کسب جایگاه اجتماعی خود زشت‌انگاری نداشتن آرامش پیشرفت	زنان با آرایش افراطی

در جدول ۶ مقادیر به‌دست آمده از پاسخ‌های فرم مصاحبه معنای زندگی نشان می‌دهد که زنان با آرایش عادی به مؤلفه‌هایی همچون هدفمندی، رضایت و آرامش بیشتر اشاره کرده‌اند؛ همچنین زنان با آرایش افراطی بیشتر به کمبود اعتماد به نفس و عدم رضایت از خود اشاره کرده‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

فرضیه ۱: بین بنیان‌های اخلاقی زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان عادی تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست آمده، بین بنیان‌های اخلاقی زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان عادی تفاوت معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که نمرات به دست آمده از گروه زنان با آرایش‌های افراطی در خرده‌مقیاس مراقبت و آسیب، وفاداری به گروه، احترام به مرجعیت و اخلاق و پاکی کمتر از گروه زنان با آرایش عادی است. با وجود اینکه تحقیقی در این زمینه وجود ندارد تا مبین این نتیجه باشد، اما در تبیین آن می‌توان بیان کرد که بنابر دیدگاه اخلاق زیستی، انسان دارای خواسته‌هایی می‌باشد که ممکن است با خواسته‌های جامعه ناسازگار باشد، اما نیازمند پاسخگویی به آنهاست. از سوی دیگر، آرمان‌ها و خواسته‌های انسان گسترده و منابع تأمین آن محدود است. با این شرایط عمل کردن بدون ضابطه و قانون با واکنش‌های شدید روبه‌رو می‌شود (کولوا و همکاران، ۲۰۱۴). در جامعه ایران با فرهنگ اسلامی، حجاب نقطه مقابل آرایش افراطی قرار دارد. البته در قرآن و روایات، هم زیبایی ظاهری و هم زیبایی باطنی هر دو مورد تأیید است و حتی زیبایی ظاهری زن را شرط لازم یک زندگی موفق می‌داند، اما زیبایی ظاهری زن دارای محدوده‌ای است که باید این محدوده رعایت شود تا جامعه‌ای سالم از روابط انسانی داشته باشیم (احمری صادقیه و قاسم‌نژاد، ۱۳۹۵). با این توصیف، دور از انتظار نیست که زنان با آرایش افراطی در حوزه اخلاق و بنیان‌های اخلاقی در وضعیت پایین‌تری نسبت به زنان با آرایش عادی قرار داشته باشند؛ زیرا به نظر می‌رسد منافع فردی را به منافع جمعی ترجیح داده‌اند. نتایج یک تحقیق نشان داده است که نگرش زنان به مسئله اخلاق بیشتر بر امور شخصی و ابراز عواطف و مراقبت از خود و دیگران (به‌ویژه افراد محبوب آنان) استوار است (سیفی قزلو و همکاران، ۱۳۹۴).

در حوزه اخلاق، هنگامی که افراد صرفاً به تنظیم ظواهر ارتباطات اجتماعی می‌پردازند و به نیات توجهی ندارند، در حوزه اخلاق زیستی قرار می‌گیرند. در اینجا انگیزه منافع خود فرد است، در حالی که برای تنظیم ارتباطات اجتماعی باید سنت‌های حاکم بر جامعه و نگاه جمعی ملاک قرار گیرد (بویراز و همکاران، ۲۰۱۳؛ به نقل از تقوی و همکاران، ۱۳۹۴). آنچه مصلحت و کمال

انسان را تضمین می‌کند، عقل است و علت نابسامانی‌های اخلاقی، جهل و کم‌خردی می‌باشد (کولوا و همکاران، ۲۰۱۴). آرایش افراطی به هر دلیل که باشد، هم نوعی تضاد با سنت و فرهنگ ایرانی اسلامی دارد و هم می‌تواند نشانگر بی‌اعتنایی به خطرات احتمالی آتی باشد که البته می‌تواند تفاوت در مؤلفه‌های مراقبت و آسیب، احترام به مرجعیت، اخلاق و پاکی خود گواه بر این موضوع باشد. براساس دیدگاه کلبرگ افراد دارای تحول اخلاقی سطح بالا به چنین آسیب‌ها و انحرافات‌ها دامن نمی‌زنند و کاری انجام نمی‌دهند که به خود و دیگران آسیب برسانند، چون آنها اصول اخلاقی را درونی کرده‌اند (پیت<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۵؛ پولوی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶)؛ بنابراین از آنجا که طبق یافته‌ها آرایش افراطی و نداشتن حجایی پوشاننده با میزان و کیفیت تخطی جنسی ارتباط معناداری دارد (شکری و هاشمی، ۱۳۹۳)، به طور طبیعی پیش‌بینی می‌شود که افراد با آرایش افراطی توجه کمتری به مراقبت از خود می‌نمایند. همچنین بدیهی است که هنجارهای یک جامعه یکی از عوامل تعیین‌کننده افراط یا تفریط در پوشش یا آرایش است؛ به همین علت، همان‌طور که انتظار می‌رود افراد دارای آرایش افراطی در جامعه مورد نظر، احترام کمتری به مرجعیت و الگوهای جامعه در این حوزه دارند.

**فرضیه ۲: بین ارزش‌های شخصی زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان عادی تفاوت معناداری وجود دارد.**

با توجه به شاخص میانگین می‌توان دریافت که در حیطه ارزش‌های شخصی در گروه زنان با آرایش‌های افراطی وضعیت خرده‌مقیاس سنت‌گرایی، لذت‌جویی، قدرت و ایمنی پایین‌تر از گروه زنان با آرایش عادی است. در تبیین این نتیجه می‌توان بیان کرد که سنت به‌عنوان آداب و رسوم اغلب در اشکال مناسب مذهبی، عقاید و هنجارهای رفتار بروز می‌کنند (احترام به سنت، تواضع، تدین و قبول قسمت در زندگی، میانه‌روی، زندگی مذهبی) و سنت‌های ارزشمند تصویب و تأیید شده، مظهر وحدت انسجام گروه در نظر گرفته می‌شوند (شواری، ۲۰۰۶)؛ بنابراین ارزش‌های سنت توجه شخص به انتظارات اجتماعی را دربردارد و همان‌طور که نتیجه نشان داد، زنان با آرایش افراطی در ارزش سنت میانگین کمتری از زنان با آرایش عادی به دست آورده بودند که به احتمال زیاد آنان برای ارزش اجتماعی سنت، اهمیت کمتری قائل هستند. کم‌اهمیت بودن این ارزش در زنان با آرایش افراطی احتمالاً این فرضیه را تأیید می‌کند که آرایش آنان هدف نیست، بلکه قصد هدف است؛ بدین معنا که خود زیبایی ملاک نیست، بلکه قصد زنان از این رفتار «ارائه زیبایی» خود نزد دیگران است. اگر انسان‌ها در زندگی خود روش‌های متفاوتی دارند، به دلیل آن است که هدف‌های مختلفی را دنبال می‌کنند. هر چه این هدف‌ها با ارزش‌تر و والاتر باشد، به همان اندازه

1. Pitt

2. Polovy

انسان از زندگی با ارزش و کیفیت عالی‌تری بهره‌مند خواهد شد (تمنایی فر، منصورینیک، ۱۳۹۰). ارزش قدرت به پایگاه اجتماعی، منزلت و کنترل یا تسلط بر مردم و منابع اشاره دارد؛ همچنین ارزش قدرت ممکن است از نیاز فرد به تسلط و کنترل باشد (اقتدار، ثروت، قدرت اجتماعی، حفظ تصور عمومی، شناخت اجتماعی) (هایت و جوزف، ۲۰۰۴). گرچه نتایج برخی پژوهش‌ها آرایش بیش از حد و غیرمعارف در دختران را ابزاری برای کسب قدرت اجتماعی و لجبازی می‌دانند (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۲)، اما این نتیجه نشان داد که زنان با آرایش افراطی نسبت به زنان با آرایش عادی، برای ارزش‌های قدرت، اهمیت کمتری فائلند. ارزش‌های شخصی مقوله‌ای درونی و تأکید افراطی بر آرایش و چگونگی دیده شدن در جامعه به‌عنوان منبع انگیزشی بیرونی، مقوله‌ای بیرونی است؛ در نتیجه توجه و تأکید افراد بر آرایش به‌عنوان مقوله‌ای بیرونی به کاهش سهم ارزش‌های شخصی برای تجربه خویشتن و احساس شایستگی خواهد انجامید.

**فرضیه ۳:** بین معنای زندگی زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان عادی تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست آمده، بین معنای زندگی زنان متقاضی آرایش‌های افراطی و زنان عادی تفاوت معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که در اهداف زندگی زنان با آرایش افراطی، عدم وجود اعتماد به نفس، عدم رضایت از خویشتن و ظاهر، ترس از ارزیابی اجتماعی، عدم وجود سلامتی جسمی و روانی وجه تمایز بیان شده با زنان دارای آرایش عادی است. این نتیجه همسو با بخشی از یافته‌های غلامی و همکاران (۱۳۸۹)، مقصودی و همکاران (۱۳۹۲)، جمالی و همکاران (۱۳۹۲)، نمکی و همکاران (۱۳۹۵)، ایشی کیریاما و سوزوکی (۲۰۱۷) است. نتایج این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که خودآرایی بیشتر بر پایه دلایل اجتماعی همچون گروه همسالان، خانواده، همانندسازی، محیط اجتماعی، کسب فرصت‌های اجتماعی و عوامل روان‌شناختی همچون اعتماد به نفس، خودآرمانی و جلب توجه جنس مخالف است (غلامی، فرجاد و اکبری‌ان، ۱۳۸۹؛ مقصودی و همکاران، ۱۳۹۲؛ جمالی و همکاران، ۱۳۹۲؛ نمکی و همکاران، ۱۳۹۵؛ ایشی کیریاما و سوزوکی، ۲۰۱۷).

بررسی دختران و زنان جوان ایرانی نشان داده است که درصد بالایی از آنها به استفاده از لوازم آرایش گرایش دارند. اگر این روند به فرهنگی غالب تبدیل شود، از بین رفتن هویت ملی - فرهنگی و از خودبیگانگی را در پی خواهد داشت؛ همچنین بنابر نظر پزشکان این گرایش زیاد ممکن است بیمارگونه و تبدیل به اختلال شخصیت شود و زندگی فرد را مختل کند (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۲). بیشتر زنان با آرایش افراطی بیان کردند که هدف خاصی در زندگی خود ندارند و آرایش آنها تنها تنها برای زیباتر شدن، افزایش اعتماد به نفس است و فرصت‌های اجتماعی در جامعه برای آنها

مهیا تر خواهد بود. اگر انسان معنای زندگی خود را از دست دهد، دچار تشویش‌ها و بحران‌های شدید روانی و معنوی خواهد شد که روند زندگی فردی و اجتماعی او را مختل می‌کند. نحوه پاسخی که به معنای زندگی می‌دهیم، تجربه ما از زندگی و کنش‌های ما در زندگی روزمره را متأثر می‌سازد. یکی از کنش‌هایی که می‌تواند تحت‌تأثیر نبود معنای زندگی شکل گیرد، کنش و ارزیابی منفی افراد با شکل ظاهری آنهاست (دستگیر و همکاران، ۱۳۹۶). به باور فرانکل انسان باید آرمان‌ها و ارزش‌هایی در زندگی داشته باشد که شأن و منزلت آن فراتر از امور دنیوی و مادی و گذرا باشد (آقایی، جوانی و شاهنگیان، ۱۳۹۴). یالوم (۱۹۸۹) نیز معتقد است، هدفدار بودن زندگی انسان‌ها با توجه به ارزش‌های انسانی و محیطی برتافته از محیط افراد می‌باشد. اگر زندگی انسان برخوردار از ارزش واقعی مثبت، و خیر و صلاح او باشد، هدفدار است. بنابر نظر باتیستا و آلموند (۱۹۷۳)، هر چه افراد به ارزش‌های بیشتری در زندگی باور داشته، به آنها پایبند باشند؛ از زندگی با هدف و معنادارتری برخوردار هستند (خواجه پیری و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین همسو با این آرا، چون ارزش‌های شخصی در زنان با آرایش افراطی نسبت به زنان با آرایش عادی پایین‌تر است، به دنبال آن می‌توان انتظار داشت معناداری زندگی در آنان نیز نسبت به گروه دیگر متفاوت بوده و پایین‌تر باشد. الگوی نهایی معنای زندگی در نهج البلاغه شامل مؤلفه شناختی، عاطفی و انگیزشی است. مؤلفه‌های انگیزشی شامل فرایندهایی می‌شوند که نقش بازدارندگی یا توسعه‌بخشی از رفتار را به عهده دارند. ارزش‌هایی مانند تقوا، ایمان به خداوند، حفظ کرامت نفس و دستیابی به هدف غایی زندگی تعیین می‌کند که فرد چه رفتارهایی را باید انجام دهد و از چه کاری دوری کند (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۱). هرگاه هدف و ارزش به جای کسب رضایت الهی، کسب رضایت فردی باشد؛ دور از تصور نیست که زندگی معنای حقیقی خود را از دست بدهد و معنای مادی و زوال‌پذیر به خود بگیرد و زمینه را برای رفتارهای افراطی یا تفریطی فراهم آورد. دستیابی به معنای سالم نیازمند توجه جدی به ارزش‌ها، اولویت‌ها و ترجیحات درونی و تعمق و تفکر در خصوص آنهاست؛ بنابراین توجه افراطی به ابعاد و ویژگی‌های ظاهری و بیرونی به توجه کمتر به ابعاد درونی برای دستیابی به معنای سالمی برای پیشبرد اهداف درونی خواهد انجامید.

از محدودیت‌های پژوهش عدم امکان سنجش متغیرهای مداخله‌گر همچون بهره‌هوشی بود؛ بنابراین با توجه به این امر پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی این متغیرها در نظر گرفته شوند. همچنین با توجه به اهمیت موضوع و نظر به اینکه میانگین بنیان‌های اخلاقی، ارزش‌های شخصی و معنای زندگی در زنان با آرایش افراطی کمتر بود، پیشنهاد می‌شود در تدوین برنامه‌های آموزشی و فرهنگی در نهادها و سازمان‌های ذیربط، این سه متغیر بنیادین در نظر گرفته شود.

## منابع

۱. آقایی، هاجر؛ حجت‌الله جوانی و نوری‌سادات شاهنگیان (۱۳۹۴)، «معنای زندگی از دیدگاه مولوی و ویکتور فرانکل»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده الهیات و معارف اسلامی.
۲. احمري صادقیه، صدیقه و زهرا قاسم‌نژاد (۱۳۹۵)، «زیبایی ظاهری و باطنی زنان از دیدگاه قرآن و روایات»، چکیده مقالات ششمین همایش ملی قرآن کریم سفینه النجاة عصر.
۳. بنگران، لیلا؛ تقی آزادارمکی و مهری بهار (۱۳۸۹)، «آرایش و زنانگی: بر ساخت اجتماعی هویت زنانه (با بررسی آرایش زنان دگرجنس خواه طبقه متوسط تهران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۴. بوستانی، داریوش و مسعود چاری‌صادق (۱۳۹۱)، «بررسی محتوای ارزشی نسل‌ها (مطالعه موردی: شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرمان)»، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، س ۲، ش ۶، ص ۴۱-۷.
۵. تقوی، نغمه؛ پرویز آزاد فلاح، فرشته موتابی و ابراهیم طلائی (۱۳۹۴)، «تحلیل کیفی بهزیستی فاعلی از دیدگاه دختران نوجوان»، فصلنامه روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی، س ۴۳، ص ۲۲۹-۲۴۶.
۶. تمنایی‌فر، محمدرضا و اعظم منصوری‌نیک (۱۳۹۰)، «ارتباط تصویر بدن و سازگاری در نوجوانان»، مجله تحقیقات علوم پزشکی زاهدان، س ۱۳، ش ۶، ص ۸-۱۲.
۷. جمالی، سحر؛ محمدتقی کرمی قهی و وحید شالچی (۱۳۹۲)، «رابطه بین دغدغه‌های ازدواج و گرایش به خودآرایی در میان دختران جوان شهرستان رضوان شهر»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
۸. حسینی، مریم؛ مجید موحد و نوراله محمدی (۱۳۸۸)، «بررسی زمینه‌های اجتماعی و روانی مرتبط با آرایش در میان دختران جوان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
۹. خواجه‌پیری، حانیه؛ محمدرضا حسن‌زاده توکلی و محمد پارچه‌باف دولتی (۱۳۹۷)، «معنای زندگی در نامه ۳۱ نهج‌البلاغه»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قرآن و حدیث، پردیس تهران.
۱۰. درگاهی، مریم؛ زینب خانجانی و جلیل باباپور خیرالدین (۱۳۹۴)، «بررسی رابطه ابعاد شخصیتی، بلوغ عاطفی، تصویر بدنی و عزت نفس با میزان گرایش به آرایش دختران دانشجو»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی.



۱۱. دستگیر، سارا؛ محمد عسگری و جواد کریمی (۱۳۹۶)، «رابطه ذهن‌آگاهی، اجتناب تجربی، هم‌آمیزی شناختی تصویر بدن، معنا در زندگی با اختلال بدشکلی بدن در دختران متوسطه شهر خرم‌آباد»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روان‌شناسی عمومی، دانشگاه ملایر، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۱۲. دلخمش، محمدتقی (۱۳۸۵)، «سلسله مراتب ارزشی دانشجویان ایرانی»، روان‌شناسی تحولی روان‌شناسان ایرانی، ش ۸، ص ۲۹۹-۳۱۸.
۱۳. دهقانی، مریم؛ مینو میترا چهارزاد، معصومه جعفری اصل، ربابه سلیمانی و احسان کاظم‌نژاد (۱۳۹۱)، «بررسی ارتباط رضایت از تصویر ذهنی بدنی با الگوهای فرهنگی-اجتماعی در دختران نوجوان شهر رشت»، مجله علمی دانشکده پرستاری و مامایی همدان، ش ۳، ص ۲۶-۳۴.
۱۴. سید رضی (۱۳۸۸)، نهج البلاغه، ترجمه حسین انصاریان، قم: آیین دانش.
۱۵. سیفی قوزلو، سیدجواد؛ امید حمیدی، گشاو شریفی و شیوا خلیلی (۱۳۹۴)، «رابطه بین اخلاق، ارزش‌های شخصی و رضایت زناشویی در بین زوجین در شهر مغان»، فصلنامه مشاوره و روان‌درمانی خانواده، ش ۵، ص ۱، ص ۱۱۵-۱۳۸.
۱۶. شجاعی، محمدصادق؛ سیدمحمد غروی و مسعود جان بزرگی (۱۳۹۱)، «معنای زندگی در نهج البلاغه»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات اسلام و روان‌شناسی، ش ۶، ص ۱۱، ص ۳۷-۵۷.
۱۷. شریفی، گشاو؛ آرش آذرنیاد، شیوا خلیلی، سیدجواد سیفی و امید حمیدی (۱۳۹۵)، «رابطه ارزش‌های شخصی شوارتز با بهزیستی ذهنی در بین بیماران مبتلا به سرطان سینه»، روان‌شناسی بالینی، ش ۸، ص ۴ (پیاپی ۳۲)، ص ۶۳-۷۴.
۱۸. شکری، کبری و سیدضیاء هاشمی (۱۳۹۳)، «بررسی جامعه‌شناختی آزار جنسی زنان جوان»، مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، دوره ۱۳، ش ۲۴، ص ۱۴۵-۱۶۶.
۱۹. غلامی، محبوبه؛ محمدحسین فرجاد و مصطفی اکبریان (۱۳۸۹)، «تحلیل مردم‌شناختی گرایش دختران ۱۰-۱۹ سال منطقه ۱۵ تهران به آرایش و پیرایش»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی.
۲۰. کاردان‌پور، محمدحسن و سهراب مروتی (۱۳۸۸)، «معنای زندگی در قرآن و حدیث»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ایلام، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۲۱. مقصودی، سوده؛ مژده آراسته و سمیرا تندولی (۱۳۹۲)، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش زنان و دختران دانشجوی به آرایش چهره»، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۲، ش ۲، ص ۱۲۷-۱۴۶.

۲۲. نجات، پگاه و جواد حاتمی (۱۳۹۸)، «ویژگی روان‌سنجی پرسشنامه بنیان‌های اخلاقی در سه نمونه ایرانی»، دو فصلنامه علمی-پژوهشی شناخت اجتماعی، س ۸، ش ۱ (پیاپی ۱۵)، ص ۱۰۷-۱۲۴.

۲۳. نمکی، مریم؛ فریبا سیدان و شهلا باقری (۱۳۹۵)، «خودآرایی، علل و زمینه‌ها در میان دانشجویان دانشگاه الزهراء»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء ع.ا.س.، دانشکده علوم اجتماعی.

24. Atari, M., Graham, J., Dehghani, M. (2020), Foundations of morality in Iran, *Evolution and Human Behavior*, v 41, Issue 5, 367-384.
25. Batista, J. Almond, R. (1973), "The Development of Meaning in life", *Psychiatry*, 36, 409-427.
26. Baumeister, R. F., Newman, L. S. (1991), How stories make sense of personal experiences: Motives that shape autobiographical narratives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(6), 676-690.
27. Boyraz, G., Lightsey Jr, O. R., Can, A. (2013), The Turkish Version of the Meaning in Life Questionnaire: Assessing the Measurement Invariance across Turkish and American Adult Samples, *Journal of personality assessment*, 95(4), 423-431.
28. Donaghue, N., Avelie, S. (2012), Choosing to conform: The discursive complexities of choice in relation to feminine beauty practices, *Feminism & Psychology*, 22 (1): 98-121.
29. Graham, J., Haidt, J., Koleva, S., Motyl, M., Iyer, R., Wojcik, S. P., Ditto, P. H. (2012), Moral foundations theory: The pragmatic validity of moral pluralism, *Advances in Experimental Social Psychology*, Volume 47, ISSN 0065-2601.
30. Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., Ditto, P. H. (2011), Mapping the moral domain, *Journal of personality and social psychology*, 101(2), 366-385.
31. Haidt, J. (2001), The emotional dog and its rational tail: a social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological review*, 108(4):814-34.
32. Haidt, J., Graham, J. (2007), When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize, *Social Justice Research*, 20(1), 98-116.

33. Haidt, J., Joseph, C. (2004), Intuitive ethics: How innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus*, 133(4), 55-66.
34. Haidt, J., Joseph, C. (2007), The moral mind: How five sets of innate intuitions guide the development of many culture-specific virtues, and perhaps even modules. *The innate mind*, 3, 367-391.
35. Ishikiriyama Junichi., Suzuki Kenji. (2017), An interactive virtual mirror to support makeup for visually impaired persons, *IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics (SMC)*.
36. Koleva, S., Selterman, D., Iyer, R., Ditto, P., Graham, J. (2014), The moral compass of insecurity: Anxious and avoidant attachment predict moral judgment, *Social Psychological and Personality Science*, 5(2), 185-194.
37. Lyer, A., Koleva, S., Graham, J., Ditto, P., Haidt, J. (2012), Understanding Libertarian Morality: The psychological dispositions of self-identified libertarians, *PLOS ONE*, 7(8): e42366.
38. Nash, R., Fieldman, G., Hussey, T., Lévêque, J.L., Pineau, P. (2006), Cosmetics: They Influence More Than Caucasian Female Facial Attractiveness, *J of Applied Social Psychology*, 36 (2): 493-504.
39. Pitt, W., Wilson, T., Snyder, H., Norman, T., Barger, B. (2005), Moral judgment developmental differences between gifted youth and college students, *J of Secondary Gifted Education*, 17, 6-14.
40. Polovy, P. (2006), A study of moral development and personality relationship in adolescents and young adult catholic students. *J of Clinical Psychology*, 36(3), 752-757.
41. Posner B. z., Schmidt, W. H. (1993), Values congruence and differences between the interplay of personal and organizational value systems. *J of Business Ethics*, 12(5), 341-347.
42. Reker, G. T. (1994), Logotherapy and logotherapy: Challenges, opportunities, and some empirical findings. In *International Forum for Logotherapy*. Viktor Frankl Inst of Logotherapy.
43. Reker, G. T., Woo, L. C. (2011), Personal meaning orientations and psychosocial adaptation in older adults. *Sage open*, 1-10.

44. Schenell, T., Becker, P.(2006), “*Personality and Meaning in life*”, *Personality and Individual Differences*, 41, 1, 117- 129.
45. Schwartz, S. H., Sagiv, L., Boehnke, K. (2000), Worries and values. *Journal of Personality*, 68, 309-346.
46. Schwartz, S. H., Ros, M. (1995), Values in the west: A theoretical and empirical challenge to the individualism-collectivism cultural dimension. *World Psychology*, 1, 99-122.
47. Schwartz, S.H. (2006), Basic human values: Theory, measurement, and applications. *Revue française de sociologie*. 47(4):929-968.
48. Shilling, C. (2012), *The body and social theory*. Third Edition, *SAGE Publications Ltd*.
49. Smith, I. H., Aquino, K., Koleva, S., Graham, J. (2014), The moral ties that bind... even to out-groups: The interactive effect of moral identity and the binding moral foundations. *Psychological science*, 25(8), 1554-1562.
50. Tulviste, T., Kall, K., Rämmer, A. (2017), Value priorities of younger and older adults in seven European countries. *Social Indicators Research*, 133(3), 931-942.
51. Yalom, I. D. (1989), *Love’s executioner and other tales of psychotherapy*; New York, NY: Basic Book.

**پیوست‌ها**

**چک‌لیست تشخیصی آرایش افراطی**

خیلی زیاد (۳)	تا حدی (۲)	خیلی کم (۱)	اصلاً (۰)	عنوان (حداقل نمرات +، حداکثر ۳ می‌باشد)
				۱. میزان جذب و بدن‌نما بودن مانتو (نمایان بودن برجستگی بدن) ۲. میزان کوتاه بودن مانتو ۳. پوشش بسیار نازک و بدن‌نما ۴. میزان نازک بودن مانتو ۵. استفاده از رنگ‌های فانتزی (بلوند، صورتی، بنفش، آبی، فسفری، چند رنگ، نارنجی، قرمز و طلایی) ۶. میزان استفاده از جراحی زیبایی در صورت و بدن ۷. میزان استفاده از بوتاکس در صورت ۸. میزان استفاده از ژل در صورت ۹. میزان استفاده از (سایه چشم تیره، ریمل، مژه مصنوعی) در آرایش چشم ۱۰. میزان استفاده از (رژگونه، رژتیره، کرم پودر، پنکک) در آرایش صورت

عنوان (حداقل صفر، حداکثر ۲)		پوشیده بودن کامل روی سر (۰)	باز بودن حداکثر یک سوم روی سر (۱)	باز بودن حداکثر دو سوم روی سر (۲)
میزان مشخص بودن موی سر از جلو				
		پوشیده بودن کامل (۰)	بیرون بودن موی سر از پشت سر (۱)	بیرون بودن مو و مشخص بودن گردن (۲)
میزان مشخص بودن موی سر از پشت				
عنوان (حداقل صفر، حداکثر ۴)		خیلی کم (۰)	کم (۱)	معمولی (۲)
میزان مراجعه به آرایشگاه (براساس هر ماه)				
		اصلاً (۰)	مچ پا تا غوزک (۱)	کفش بدون جوراب (۲)
میزان مشخص بودن پا				
		سه ربع (۴)	برمودا (۳)	خیلی زیاد (۴)