

صورت و صورتکها

در ایران سالانه حدود 2 میلیارد دلار لوازم آرایشی خریداری می‌شود. بیش از 300 شرکت تولیدی و وارداتی رسمی ثبت شده در این حوزه در کشور فعال است...



در ایران سالانه حدود 2 میلیارد دلار لوازم آرایشی خریداری می‌شود. بیش از 300 شرکت تولیدی و وارداتی رسمی ثبت شده در این حوزه در کشور فعال است و ایران با جمعیت 75 میلیونی خود خریدار و مصرف‌کننده 29 درصد از کل لوازم آرایشی است که در خاورمیانه عرضه می‌شود و البته هفته‌ای نیست که در خبرها از کشف و ضبط میلیاردها ریال لوازم آرایش تقلبی حرفی به میان نیاید. طبیعت انسان، زیبایی را می‌پسندد و یکی از نیازهای انسان دیدن زیبایی‌هاست. در ادیان مختلف هم همواره زیبایی مورد توجه قرار گرفته و این امری مختص زنان نبوده است. آرایش کردن از زمان‌های بسیار قدیم بین خانم‌ها و آقایان متداول بوده و آنها با علاقه فراوانی برای زیباتر نشان دادن صورتشان می‌کوشیدند اما اکنون تولید انبوه لوازم آرایش در کشورهای سرمایه‌داری و تبلیغات فراوان و حساب شده موجب شده بسیاری از زنان با آرایش ماسکی بر چهره خود بسازند. امروزه استفاده از لوازم آرایشی و مواد محافظت‌کننده پوست تبدیل به بخشی از امور روزانه بانوان شده است. اغلب خانم‌ها به‌طور روزمره از عطر، مرطوب‌کننده‌ها، پاک‌کننده‌های پوستی، رنگ‌های آرایشی و... استفاده می‌کنند.

نکته نگران‌کننده این است که در بیشتر اوقات، زنان و دختران جوانی که عارضه‌ای در صورت ندارند و شادابی و طراوت پوست آنها در حالت معمولی است نیز به طرز بی‌وقفه‌ای از لوازم آرایشی زیباکننده استفاده می‌کنند. متأسفانه در این بین حتی دختران کم‌سن و سال نیز به استفاده از لوازم آرایش روی آورده‌اند و زیبایی و طراوت چهره‌های خود را در پشت نقاب‌های زیباکننده مصنوعی از دست می‌دهند و تنها به دنبال کامل کردن کلکسیون لوازم آرایشی خود هستند. هرچند ملاک خاصی برای ارزیابی آرایش افراد وجود ندارد و آرایش ارتباط تنگاتنگی با ارزیابی خود از میزان جذابیت جسمانی دارد، و کمیت و کیفیت آرایش به میزان رضایت روانی و درونی افراد بستگی دارد و به همین دلیل است که حتی آرایش‌هایی که در نظر فردی غلیظ و زنده محسوب می‌شوند، در نظر افراد دیگری کاملاً معمولی و عادی محسوب می‌شوند. اما بازهم برخی آرایش‌ها از این حد نیز فراتر می‌رود.

غیر بهداشتی

چندی پیش مدیرکل دارویی وزارت بهداشت، با اشاره به پایین آمدن سن مصرف لوازم آرایشی در کشور نسبت به دیگر کشورها اعلام کرد متأسفانه وضعیت قلب در این موارد بسیار بالاست. برآوردهای غیررسمی حاکی از آن است که حداقل 25 تا 30 درصد کل محصولات آرایشی موجود در بازار کشور تقلبی و غیراستاندارد است و از افغانستان، پاکستان و کشورهای حوزه خلیج فارس، از طریق قاچاق و تجارت چمدانی وارد کشور می‌شود.

متأسفانه در سال‌های اخیر شاهد فعالیت گسترده دستفروشان خیابانی بوده‌ایم که لوازم آرایشی می‌فروشند. کافی است سری به خیابان‌های پرتردد بزنید تا این دستفروش‌ها را در حالی که جمعی از مردم آنها را دوره کرده‌اند ببینید. معمولاً بساط آنها مملو از لوازم آرایشی تقلبی است. با این وجود مشتریان زیادی هم دارند؛ افرادی که حتی با وجود آگاهی از تقلبی بودن لوازم آرایش به دلیل ارزان بودن آنها را می‌خرند، بدون آن‌که به عواقب آن فکر کنند. البته اجناس تقلبی محدود به دستفروشان و قیمت‌های پایین نیست. مواد آرایشی و بهداشتی که به صورت قاچاق وارد می‌شود با خواص اغواکننده‌ای مانند کرم‌های ضدچروک، سفیدکننده یا شامپوهای رویش مو و تقویت‌کننده پوست با مارک‌های تجارتي معروف و به قیمت گران در بسیاری از مغازه‌ها، سوپرمارکت‌ها و حتی داروخانه‌ها عرضه می‌شود. تلقی مصرف‌کنندگان این است که مواد آرایشی و بهداشتی هر چه گران‌تر باشد، کیفیت بالاتری دارد و متأسفانه قاچاقچیان از این باور عمومی سوءاستفاده می‌کنند. بسیاری از این لوازم آرایشی در شرایط غیراستاندارد تهیه می‌شوند ممکن است مقدار زیادی میکروب به همراه داشته باشند که این مواد میکروبی برای لوازم آرایش چشمی همچون ریمل‌ها بسیار خطرناک است.

اکثر لوازم آرایش‌های تقلبی حاوی ژلاتین‌های نامرغوب و غیربهداشتی هستند. در این حالت ژلاتینی که مستقیماً از بدن حیوان خارج می‌شود هیچ تغییری نمی‌یابد، به همین دلیل به عنوان جزیی از بدن حیوان حاوی ویژگی‌های آن است و اگر تهیه غیربهداشتی باشد یا احشام بیمار باشند و عامل بیماری‌زا به حرارت پایین حساس نباشد، منتقل می‌گردد، البته دوره کمون آن هم طولانی است و به مدت 20 سال می‌باشد که در آینده مشکل‌ساز خواهد بود.

در بعضی موارد جنون گاوی از طریق ساختن لوازم آرایشی غیربهداشتی از حیوان به انسان منتقل می‌گردد؛ مواد آرایشی مانند رژ لب که در حین غذا خوردن وارد بدن می‌شوند در صورت داشتن فلزات سنگین و مواد نامرغوب گیاهی، عوارض ناشناخته‌ای در بدن ایجاد خواهند کرد.

جدا از تولید، نحوه نگهداری لوازم آرایش تا هنگام فروش نیز مهم است. انتقال لوازم آرایشی از کارخانه به محل فروش باید با رعایت شرایط بهداشتی باشد. در بسیاری موارد، لوازم آرایشی آفتاب می‌خورد و یا حرارت آن نامناسب است، البته تغییر ناگهانی هوا هم می‌تواند مشکل دیگری باشد، چون این مواد آرایشی در هوای گرم ذوب و در هوای سرد نیز منجمد می‌شود و ممکن است این مواد چندین بار ذوب و منجمد شوند و کیفیت و ویژگی خود را از دست می‌دهند.

جامعه‌شناسان و آرایش

چرا مصرف لوازم آرایش تا این حد در کشور ما بالاست؟ و چرا جوانان ایرانی بویژه دختران به استفاده زیاد از لوازم آرایش روی آورده‌اند و آیا این مساله طبیعی یا به عبارتی هنجار تلقی می‌شود یا نشان از بیماری اجتماعی دارد؟ جامعه‌شناسان معتقدند هنگامی که نیازهای انسانی به صورت طبیعی و در چارچوب روند شناخته شده متعارف تامین نشود به صورت آسیب‌شناختی خود را نشان می‌دهد، بنابراین همان‌طور که بیماری از روی علائم آن مشخص می‌شود در جامعه هست.

دکتر غلامرضا علیزاده درخصوص افزایش استفاده از لوازم آرایشی در میان جوانان ایرانی می‌گوید: به نظر می‌رسد که در خانواده، محیط آموزشی و یا تعاملات اجتماعی نیاز مورد توجه قرار گرفتن جوانان تامین نشده و همین امر باعث شده برای جبران این کاستی جوانان برای جلب توجه دیگران از لوازم آرایشی استفاده کنند.

این جامعه‌شناس تاکید می‌کند: به منظور جبران کاستی جوانان و همچنین ارتقای شخصیت و رفتارهای اجتماعی نگرش‌ها و پیش‌نیارهایی لازم است که باید تامین شود، به طوری که باید نوع نگاه به دختران از دوران مهدکودک تا دانشگاه تغییر کند و بیشتر آنها را در فعالیت‌های اجتماعی و آموزشی مشارکت داده و مسوولیت بیشتری به آنها واگذار کرد.

علیزاده با اشاره به این‌که ارضا نشدن نیازهای جوانان به صورت نوعی از رفتارهای هنجاری و افراطی در جامعه بروز می‌کند، می‌گوید: با توجه به این‌که افراط و تفریط برای فرد، خانواده و جامعه مضر بوده و باعث بروز مشکلاتی می‌شود به همین دلیل هرچه به سمت اعتدال پیش رویم نشان‌دهنده بلوغ اجتماعی، تعقل و منطق است.

این استاد دانشگاه می‌افزاید: افراط در خرید هر چیزی مانند لوازم آرایش از نظر توسعه ملی و پایدار به کشور ضرر می‌رساند و برای اشتغال جوانان نیز ایجاد مشکل می‌کند بنابراین نوع مصرف بسیار موثر است. افراط در خرید لوازم آرایش جز ایجاد بازار کاذب چیز دیگری در بر ندارد.

این جامعه‌شناس با اشاره به این‌که برنامه‌ریزی برای اوقات فراغت جوانان به منظور افزایش سطح آگاهی، علم و دانش باید از سوی مسوولان فرهنگی کشور در جهت رفع فقر فرهنگی صورت گیرد، می‌گوید: چنانچه در شیوه مدیریت فرهنگی کشور تجدیدنظر شده و نهادهای تصمیم‌ساز قوی‌تر و فعال‌تر عمل کنند و برای جوانان برنامه‌ریزی درستی انجام دهند بسیاری از مشکلات این قشر نیز حل خواهد شد.

او معتقد است: برخی از جوانانی که آرایش‌های غلیظ انجام می‌دهند دچار بیماری روانی هستند که باید راه‌های درمان آنان را ایجاد کرده و با اقدامات درست، مشکل و نیازشان را برطرف کرد.

به گفته علیزاده استفاده زیاد از لوازم آرایش میان جوانان را می‌توانیم از دیدگاهی دیگر شیدایی اجتماعی تلقی کنیم، به این معنی که بروز چنین پدیده‌ای قرار نیست حتما ارزش‌ها و پایه‌های اجتماع را دچار مشکل کند بلکه قطعاً گذراست و مدتی بعد شرایط متفاوت می‌شود.

روان‌شناسان و آرایش

روان‌شناسان نیز دیدگاه‌های خود را درخصوص استفاده زیاد از لوازم آرایش دارند. روان‌شناسان از آرایش به عنوان یکی از نیازهای روان‌شناختی افراد برای جذاب بودن نام می‌برند و معتقدند از آنجا که جذابیت جسمانی یکی از عوامل تأثیرگذار در دوستی‌ها، ارتباطات بین مردمی و حتی ازدواج است، این مساله به عنوان یک ضرورت در زندگی شخصی و اجتماعی به شمار می‌رود. پس افراد تلاش می‌کنند مردم بر این جذابیت بیفزایند که این امر خود از طریق نحوه پوشش و آرایش صورت می‌گیرد.

به عقیده آنان در دوران بحران بلوغ در دختران نوجوان این مسأله شکل دیگری به خود می‌گیرد یعنی به دلیل تغییر و تحولات ایجاد شده در نوجوانان برای ایجاد ارتباط با جنس مقابل و دریافت توجه از وی، زیبا بودن و جذاب بودن نه به دلیل ایجاد برانگیختگی جنسی در طرف مقابل، بلکه به دلیل تأیید هویت خویش و یافتن جایگاهی در دنیای برون است.

علاوه بر این در این دوران، همانندسازی با همسالان جزو فاکتورهای مهم در زندگی نوجوانان است. در واقع همانندسازی پاسخ به نفوذ اجتماعی مبتنی بر آرزوی شخصی برای همانند شدن با شخصیتی صاحب نفوذ است که این فرد معمولاً جزو دوستان و آشنایان نوجوان است. معمولاً نوجوانان، زمانی که شخص و گروهی را جالب ببینند تمایل به همانندسازی با آن شخص یا گروه، فزونی می‌یابد. اکنون الگوهای متداول در جامعه امروز در بین نوجوانان دیگر به شکل سنتی سابق نیست. الگوهای امروزی همراه با آرایش و آراستگی هستند پس دختران نوجوان هم در شکل‌گیری هویت خویش به این الگوهای متعارف جامعه نزدیک می‌شوند و به همین دلیل در بحث آرایش نوجوانان نمی‌توان بحث‌های آسیب‌شناختی را مطرح کرد.

از دیدگاه روان‌شناختی نفس‌گرایش نوجوانان به استفاده از لوازم آرایش، امری بهنجار و مبتنی بر اصول روان‌شناختی و شرایط جامعه‌ای است که این دختران در آن زندگی می‌کنند و نمی‌توان ایرادی را متوجه آنان دانست.

علی اخوان بهبهانی / جام جم