

دفتر نقاشی‌هایی که راه می‌روند

گزارشی به بهانه رتبه صعودی خانم های ایرانی در استفاده از لوازم آرایشی و چرای آن

کاری که همه می‌کنند، حتما درست است!

باشد. کاری که همه می‌کنند، حماد درست است. مگر می‌شود همه این زن‌ها اعتماد به نفس نداشته باشند یا مشکل و اختلال روحی در میان باشد!

تأکید دارد که هم خودش آرایش کردن را دوست دارد هم دخترش را تشویق می‌کند: آرایش مال خانم هاست. ایرادی ندارد که همه زیبا و رنگی باشند.

مادر و دختر کلی خرید کرده اند. فروشنده همه را داخل پلاستیک می‌گذارد و تحویلشان می‌دهد. مادر حدود پنجاه ساله است و با آرایش غلیظ. تقریباً شبیه همان ها که اگر در خیابان ببینیم، می‌گوییم آمده اند عروسی. اسمش راضیه است و آرایش زیادیش را قبول دارد، اما از آن دفاع می‌کند: فکر نمی‌کنم کار بدی

وقتی اینترنت همه چیز را می دهد

او هم کاهش سن استفاده از لوازم آرایشی دارد. دختران نوجوان زیاده دیده است: من تا دوازده سیزده سال هم مشتری دارم. قدمی این نبود، دخترها تا وقتی ازدواج نمی‌کردند، حق استفاده از لوازم آرایش نداشتند. الان انگار والدین دخالت نمی‌کنند. اینترنت همه چیز یاد می‌دهد، از اسم مواد آرایشی گرفته تا روش استفاده از آن. قبلا خانم‌ها چندوچون لوازم آرایشی را از مای پرسیپند، حالا چیزهایی از آن‌ها می‌شنویم که برای ما نازگی دارد. همین اینترنت باعث ترویج بیشتر آرایش‌کردن شده است.

الیاس فروشنده یک مغازه لوازم آرایشی است. او هم از سابقه بیست و هشت ساله اش می‌گوید و تجربه و سرکارداران با خانم‌ها، اما به عقیده او نه تنها میزان خریدن لوازم آرایشی بیشتر نشده، بلکه نسبت به گذشته کمتر شده است: من ۲۸ سال در این حوزه بکار دارم، اما در این مدت مشتریان می‌گویند میزان خرید به زوری و زورم در جامعه، کمتر شده است. اگر مشتری قبل از این هربار چندنقل لوازم می‌خرید با فقط دنبال جنس اصل بود، حالا به یکی آن هم تقلبی راضی می‌شود، گرچه خانم‌ها آرایش دست نمی‌کنند.

دخترها تا وقتی ازدواج نمی کردند، حق استفاده از لوازم آرایش نداشتند. الان انگار والدین دخالت نمی کنند. اینترنت همه چیز یاد می دهد، از اسم مواد آرایشی گرفته تا روش استفاده از آن

یک تغییر موقت

یعنی هر خانمی که اهل آرایش کردن است، سراغ من می آید. این روزها هم کسی رانچی شناسم که آرایش نکند. او ادامه می دهد: وقتی خیلی ها مدام به دنبال تزریق کردن ژل و بوتاکس تغییر در چهره شان هستند، آرایش کردن یک غریزه موقت، دوست داشتنی و کم عارضه تر است. دلیلی ندارد که خانم ها را از این هم محروم کنیم.

سیفی فروشنده خانگی لوازم آرایشی است. لوازم را از تهران با شهرهای جنوب برایش می فرستند و او در شبکه های اجتماعی می فروشد. این کار برایش حکم درآمد و گذاردن امورات زندگی را دارد؛ محصورهای زیادی دارم، چون قیمت محصولاتم از فروشگاه کمتر است، اما به معنی این نیست که چون قیمت کم است، خانم ها را به خریدن تشویق کند.

هیچ کس در همه آن سال ها مهین خانم را بدون او آرایش ندیده بود. هسپاسی ها می گفتند صبح که از خواب بیدار می شود، اول آرایش می کند بعد می رود سراغ کارهای دیگرش. اما از جزئیات سر در نمی آورد. فقط می دانستیم که مادرش هر از آن بقیه ماه ها خوشگل تر است. بی سی سالگی از این ماجرا گذشته و مهین خانم اگر حالا هسپاسی ما بود، میان این همه چیزهای شبیه خودش در شهر دیگر به چشم نمی آمد. این قدر از این همه چیزهای رنگ و لعاب دار فراوان و عادی شده است که انگار در خارج خطی که ایمان نمی برد، مشاهده های می گوید این روزها دیگر آرایش کردن سن و سال و نوع شغل و موقعیت اجتماعی نمی شناسد و همه گیر شده است. کافی است وقتی بازاری می روی و به دایر یک مرکز درمانی هستی، به به چهره ها دقت کنی. در این روزها در اندازه آن سر مردم و اداسی های است که مادرها به چشم می کشیدند و مانیکی که بان همه صورتشان را رنگ می دادند، بلکه خیلی اغراق آمیزند. گاه به گاه که آماهای جهانی اهدا می شود، خبر زنان ایرانی را در استفاده از آن صعود نشان می دهی و حوا را پند می آید از آن است که مادر میانه و پنجم نداشتند.



توجه به خود؟

که می‌خواست رنگ مو بخرد.
از صورتش معلوم است که همان کرم را هم
بابی دقیق رده است؛ من آن صورت خودم
راضی هستم. نمی‌دانم چرا بعضی
ای‌ها قدر آرایش کردن را دوست دارند.
شاید هم آن را نشانه توجه به خودشان
می‌دانند؛ مثلاً هرکس بیشتر آرایش کند
خودش را بیشتر دوست دارد. ولی خدای
دمدلی دارند برای خودشان؛ هرروز یک
مدلی جدید.

بازار شلوغ است. هر دو طبقه‌اش راسته لوازم آرایشی هاست؛ هم سالی هم خردی. حتماً های زیادی از اینجا رفتند. خبری برای همین که لحظه بدون رخت و آمد و ارام نیست. دختر جوان به سرعت وسایل بیرون هر مغازه را نگاه می‌اندازد و از آن عبور می‌کند. خودش را از شنیدن معرفی می‌کند و می‌گوید: من زیاد اهل آرایش نیستم، خیلی من لوازم آرایش ندارم. امروز با دوستم ادم

بیچه ها هم آرایش می کنند!

سنتش را پرسید. می‌گوید: تازه سیزده ساله شده‌ام. من عاشق لوازم آرایشی هستم. به خصوص خط چشم. صورت آدم با آن خیلی قشنگ می‌شود.

خانه از هم‌کلاسی‌ها هاشب تعریف می‌کند که به‌گفته او پاپای این کارها هستند: همه دوستان و هم‌کلاسی‌هایم هم آرایش می‌کنند، حتی توی مدرسه. البته اگر مدیر، ناظم و معلم بفهمد، تنبیه می‌شویم، اما ما مسک می‌زنیم یا مرقاقیم: کدکی متوجه نشود.

او دلیل رفتارشان را نمی‌داند، فکر می‌کند با ما ماکل می‌شویم. خب همه آرایش کردن را دوست دارند.

آمارها نشان داده‌اند این است که میانگین سنی مصرف‌کنندگان لوازم آرایشی و بهداشتی در جهان ۲۵ سال است، اما این سن در ایران روی سه‌سالگی سقوط افتاده، تا جایی که تخمین زده شده میانگین سنی به ۱۴ سال رسیده است و خیلی‌ها از این هم‌گذر کرده و به استفاده از لوازم آرایش در خردسالان رسیده‌اند. میا خانم یکی جوان و میان‌سال داخل بازار، تجربه هم هست؛ یا با مادرشان آمده‌اند یا با دوستان، یکی از آن‌ها خریدش تمام شده و در حال خارج شدن است. معذرت می‌خواهم؛ قندوک‌ها و هیکل ظرف آن در چهره کودکان دارد که برای طیف

ریشه‌یابی در فرهنگ و جامعه

سفاسنه درمان این مصرف‌گرای بی‌ویژه
ش کردن، به آسانی امکان پذیر نیست.
خانواده باید تغییر رفتار بدهد و دخترش
همان گونه که هست بپذیرد؛ و دختر
سنگی از آنجا آغاز شود و بعد جامعه.
این هنوز زیبا بودن و چهره ملاک به انتخاب
توان داشته شدن است، به براحتی
ن توان آن‌هاش استفاده از لوازم آرایشی
ن گفت. آموزش نیاز دارد و جلسات
رواره فردی آنرا فرد به‌ارعه عملکرد دشوار
ندند. دستکم زوج ای جوانی را که قصد
نداری دارند، قبل از آگاه کنیم یا فاند
بویق کنیم که از آن شایب کمک بگیرند.

۱۰ ر همه رسانه ها سیگار کشیدن تبلیغ شد و شان اجتماعی داشت. به دنبال همه مردم همان رفتارها را تقلید می کردند و سیگارهای زیبایی ظاهری و جسمی برایم ها همگی یکتکه شده بود. هدف رسانه بیکه های اجتماعی همین است که برای طایفشان خلأ ایجاد کنند تا مخاطب دجور شود این خلأ را پر کنند که همین بحران اتفاق افتادن است. آدم هایی متعصب به نفس آسیب دیده چاره ای به جز به از آن تبلیغات ندارند.

۱۱ از آن راه حل بردار این مشکل این است که مردم را قوی می گویند؛ می شود، این درمانگر قوی می گویند؛

بین توقعی آرزو دارند، درواقع عزت نفس
استعدادهای نفس او را به شدت تضعیف
می‌کند. درعین حال، همه این‌ها درحالی
است که من مشکلات روحی دیگری مثل
تلا افسردگی، اضطراب، کمال‌گرایی،
مفوضت‌پنداری نداشته باشد. در آن
صورت، درواقع خودش از درون آسیب
دیده و آرایش را راهی برای نقاب کشیدن بر
رهایی می‌داند.

بسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به ویژه
تلاگرام در تشویق زنان به استفاده
چهار بیشتر از لوازم آرایش مفاسد می‌داند
لیکن البته آثار عملکرد آن‌ها بر صورت در دهه

روان شناس با اشاره به نمونه های
نی ان می گوید: از لحظه ای که دختری
می شود، آنکه زیباترین، چشم های
نی دارد، می مای بور، زیباترین و چه قرار
ببرد. بزرگ تر که می شود، ملاک استفاده
خیلی از مراکز و مشاغل، زیبایی چهره
و دختری که زیباست، خواستگارانی
بیشتر می دارد. در چنین وضعی،
سبب شدن به آرایش و پوشاندن عیوب، راه
ت آن هاست، درحالی که در واقع چنین
نی.

نی ویژگی های روحی و اختلالات را هم
آوردی می کند: وقتی خانواده و جامعه

می‌دانند؛ یعنی هم خانواده بازانان چنین
ری دارد و هم جامعه. در این وضعیت
برای اینکه هیجانی راتجریه و خودشان
خارج کنند و تأیید بگیرند، به دنبال
سواهی می‌گردند که آرایش کردن یکی
است.

مجموعی ادامه می‌دهد: زن اگر توانایی
بازی گرفتن تأیید بیرونی نداشته باشد،
موش‌هایی متوسل خواهد شد که اگرچه
هائیت آسیب زننده، اما در مجموع
بخش باشد. جامعه ما به چهره
بیایی یک زن از لحظه تولد بهای بیشتر
دهد.

از نگاه روان شناسان، این موضوع یک جنبه فردی دارد و یک جنبه جمعی، جامعه همیشه به دنبال جنبه است و انگشت اتهام در جامعه مدرسالرا کنونی به سوی خانم هاست. زهره معینی، دکترای روان شناسی و روان درماترگ، دراین باره توضیح می دهد: در جامعه ای که اگر فرزند نااهل باشد، مادر را مقصر می دانند، اگر شوهر خیانت کند زنش را، اعتماد به نفس خانم ها روزبه روز کمتر خواهد شد. هنوز خیلی از خانواده ها در فرهنگ های مختلف پیروست هستند. هنوز خیلی از مراکز ونهاد ها مایک استخدام زن را ظاهر