

یک من جدید



بینی بزرگ، جوش زدن بعد از جوش زدن، قد کشیدن و اضافه وزن و هزار و یک تغییر بزرگ در کنار حال و احوال گرفته همه اش تقصیر این بلوغ لامذهب است. دوران سختی که انگار دنیا روی سر آدم هوار شده و هیچ چیز مثبتی در زندگی وجود ندارد و این من یک من جدید است. همانجاست که تازه دوزاری آدم می افتد که من زشتم یا چاقم یا به اندازه کافی خوب نیستم و حالا باید دنبال یک راه حل درست و حساسی بگردم.

ساعت یک تا دو که مدارس تعطیل می شود اگر در خیابان راه بروی، هستند دختران و پسرانی که تاروپوش مدرسه تن شان نباشد باور نمی کنی در بهترین حالت ۱۶ ساله هستند؛ موهای رنگ شده صورتی و ناخن های کاشته یا شلوار زاپ دار و مدل موهای عجیب در پسران.

انگار مدارس هم دیگر از خر شیطان پایین آمده اند و گیر عجیبی نمی دهند. گیر نمی دهند که فیلم تبلیغات آرایشگاه ها یکی در میان دختر و پسر کم سن و سال است که می خواهند عملیات های زیبایی شان را مدرسه متوجه نشود.

دلیل اصلی این تمایل به زیبایی عوامل زیر است:

۱- تغییرات هورمونی: در این دوره، هورمون های بدن تغییرات اساسی می کنند. این تغییرات باعث تغییرات در بافت پوست، شکل بدن و حتی ظاهر چهره می شود. مثلاً آکنه هایی که به دلیل تغییرات هورمونی ایجاد می شود، می تواند چهره را تغییر دهد و اعتماد به نفس نوجوان را تحت تاثیر قرار دهد. پس خودتان را ناراحت نکنید که این دوره هم می گذرد و در عوض روی اعتماد به نفس تان کار کنید.

۲- فشار اجتماعی: گروه همسالان و تایید شدن در این دوره بسیار مهم است. همسالان در این دوره ممکن است وضعیت ظاهر یکدیگر را مورد تمسخر و حمله قرار دهند. این موضوع باعث می شود که نوجوانان به دنبال بهتر به نظر رسیدن باشند. پسرها برای مردانه تر به نظر رسیدن و دختران برای زنانه تر دیده شدن تلاش می کنند.

۳- تصاویر ایده آل در رسانه ها: اما رسانه ها، صنعت مد، تناسب اندام، لوازم آرایشی و... همواره تصاویر زیبایی جوانان را به نمایش می گذارد. این تصاویر می توانند انگیزه میل به زیبایی ظاهری در نوجوانان را افزایش دهند اما نوجوان باید به خود یادآوری کند که این تصاویر معمولاً واقعیت خیلی متفاوت تر است و تلاش برای تقلید از آنها امکان دارد به نتایج مطلوب نرسد.

در نهایت، میل به زیبایی ظاهری در نوجوانان نه فقط به تغییرات فیزیکی، بلکه به تأثیرات اجتماعی و روانی نیز برمی گردد.

وقتی ارزشی می گوئیم



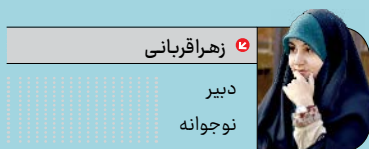
«زشت ترین بخش بدنت، نه بینی یا انگشت پا، بلکه ذهن توست.» این بخشی از یک ترانه است که به ما یادآوری می کند، همه چیزهای زشت، تنها یک خلأ ذهنی ماست. تاریخ زیبایی شناسی که در صفحه تایم لاین هم به آن اشاره کرده ایم به خوبی به ما نشان می دهد که هرچه امروز زشت تلقی می شود، ممکن است فردا زیبا به چشم بیاید. براساس آمارها در سال ۲۰۲۲ در ایران حدود ۳۲۰ هزار عمل زیبایی شامل جراحی و غیرجراحی انجام گرفته که این رقم نسبت به ۱۵۱ هزار عمل انجام شده در سال ۲۰۱۶ رشد بیش از دو برابری را نشان می دهد. پرس و جوی «دنیای اقتصاد» از سازمان نظام پزشکی ایران نشان می دهد تا امروز آمار در این زمینه به صورت رسمی منتشر نشده است و اصلاً آمار دقیقی وجود ندارد. دلیل اصلی نداشتن آمار هم هرج و مرج در این حوزه بسیار گسترده است. در کنار عمل های زیبایی همین هفته اخیر آمار هم در خصوص استفاده از لوازم آرایش منتشر شد.

در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۲ میزان واردات فرآورده ها برای آرایش لب حدود ۷۵ تن معادل سه میلیون و ۱۰۸ هزار دلار بوده است. محصولاتی که مبدا اصلی شان آلمان، فرانسه و ترکیه است و ارزش ریالی آنها حدود ۱۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان تخمین زده می شود. طبق همین آمارها در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۲ حدود ۴۶ تن از فرآورده ها برای آرایش ناخن دست و پا به ارزش یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان به کشور وارد شده. این در حالی است که به گفته داور کاظمی، کارشناس لوازم آرایشی تاکنون ۲۹۶ نوع بیماری ناشی از مصرف لوازم آرایشی و بهداشتی غیراستاندارد شناخته شده که شایع ترین آنها التهاب پوست، جوش های صورت، آلرژی، نازایی، سقط جنین، بیماری های کبدی و انواع سرطان است و نمی دانم خانواده ها چطور جرات می کنند با نوجوان و کودک شان در استفاده از این لوازم و زیبایی به هر قیمتی همراه شوند.

درباره زیبایی؛ معیار مهم

زیبایی

چند روز پیش یکی از زاویه سازی صورت د عموما قبل از سال ج و الهام جان ها هرکار بیشتر از مورد قبلی ب



زهرا قربانی

دبیر
نوجوانه

کودک و نوجوان های زیر ۱۵ سال بود که در فضای مجازی وایرال می شد. همین



بلاهای

وقتی کتاب می خواندیم شخصیت باحال و جذاب قصه را هرکس برای خودش چشم آبی و هرکدام بنابه ذائقه و جغرافیا و معیار عرف جامعه و حتی علاقه شخص نسخه زیبایی پیچیدند و رسانه پشت بندش برای زیبایی تعیین و تکلیف کرد. حالا جوری شده که برای زیبا بودن باید یک سر به مدل های محبوب و فضای اینستاگرام بزنیم و ببینیم با چه ترفندهایی زیبا می شوند و چه عمل هایی را برای تغییر هرچه بهتر شدن ظاهر انجام می دهند. از پوشش تا آرایش صورت و موها. تغییر منبع شناختی یعنی کوچ از کتاب به فیلم و سریال و رسانه که یکی از علت های معیار داشتن در زیبایی است و بعید هم نیست بعدها همین که هستیم را به خاطر الگوهای رسانه مسخره کنیم. در گسترش فرهنگ بدن و آنچه مدیریت بدن خوانده می شود، رسانه ها نقشی تعیین کننده دارند. تصورات افراد از بدن ایده آل اغلب متکی به تصاویر رسانه ای است و خب نتیجه اش هم معلوم. همه شبیه هم می شوند.