الفتيات الصغيرات تستخدم مستحضرات مضادة للشيخوخة شاهدنها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. الضرر النفسي الحاصل بسببها أعمق من الضرر الذي أصاب البشرة

ميا هول، 14 عامًا، تلتقط صورة لها في حديقة الحي وهي تحمل

بعض منتجات العناية بالبشرة التي تستخدمها بانتظام

ببلوغ سكارليت العاشرة في السن، كانت تقضي هي وصديقاتها ساعات على الـ تيك توك والـ يوتيوب يشاهدن المؤثرين على مواقع التواصل الإجتماعي اللاتي كانت تروج لمستحضرات التجميل الحديثة: بشرة ندية و"متوردة" وخالية من النمش. طورت سكارليت روتينًا متقنًا للعناية بالبشرة باستخدام منظفات الوجه والرذاذ (مرطب يرش على الوجه) وأقنعة وجه مرطبة وكريمات مرطبة.

في إحدى الليالي، بدأت بشرة وجه سكارليت تتوهج وتلتهب بشدة وانتهت بظهور تقرحات وبثور. الاستخدام المكثف لمنتجات تخدير الوجه لتخفيف التهاب بشرة الوجه أدى إلى إلحاق ضرر ببشرتها. وبعد أشهر، بقيت بقع من ندبات صغيرة على وجه سكارليت، ويتغير لون بشره خديها إلى اللون الأحمر عندما تتعرض إلى الشمس.

تقول سكارليت، التي بلغ سنها مؤخراً 11 سنة: "لم أرغب في أن تظهر على بشرتي تجاعيد حتى لا أبدو كبيرة في السن. لو كنت أعرف أن حياتي ستتأثر إلى هذا الحد بهذه المستحضرات، لم أكن لأضع هذه المواد على وجهي قط."

يقول الخبراء إن تجربة التجميل التي مارستها سكارليت قد أصبحت تجربة منتشرة، حيث تتجمع الفتيات المراهقات في جميع أنحاء البلاد في متاجر بيع مواد التجميل لشراء منتجات العناية بالبشرة باهضة الثمن وذات الجودة العالية، وهو ترند انتشر في مقاطع فيديو انتشار النار في الهشيم تحت هاشتاغات معينة. والنتيجة أن فتيات بسن لا يتجاوز 8 سنوات بدأن يراجعن عيادات أطباء الجلدية وذلك بسبب اصابتهن بطفح جلدي والتهابات كيميائية وغيرها من حساسية جلدية بسبب هذه المنتجات غير المخصصة لبشرة الفتيات الصغيرات الحساسة.

تقول الدكتور بروك جيفي Jeffy Brooke طبيب الأمراض الجلدية في سكوتسديل بولاية أريزونا والتي نشرت مقاطع فيديو خاصة بها على وسائل التواصل الاجتماعي، تدحض ادعاءات المؤثرين على مواقع التواصل: "عندما تستخدم الفتيات الصغيرات مستحضرات العناية بالبشرة المضادة للشيخوخة، فقد يتسببن في الواقع في إصابتهن بالشيخوخة المبكرة، وتلف حاجز الجلد أو الطبقة القرنية (1) ويؤدي إلى ندبات دائمة في الوجه."

علاوة على الضرر الذي يلحق بالبشرة، تشعر الأمهات ومتخصصو علم نفس الأطفال بالقلق بشأن تأثيرات هذا الترند في صحة الفتيات الصغيرات العقلية (النفسية) – لسنوات قادمة تفيد البيانات الوافرة إلى أن التركيز على المظهر يمكن أن يؤثر سلبًا في تقدير الذات (2) وصورة الجسم (3) ويرفع من مستويات اضطرابات القلق (4) والاكتئاب (5) والأكل (6).

هوس العناية بالبشرة يفتح نافذة على الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في حياة شابات اليوم وكيف تشكل المثل العليا [قيمة أو هدف يسعى المرء إلى تحقيقه (7)] والشعور بعدم الأمن [الشعور بالقلق والإضطراب (8)] عند الفتيات على وجه الخصوص. تعاني الفتيات من مستويات عالية من الحزن (الكآبة) (9) واليأس (الإكتئاب) (10). ما إذا كانت متابعة وسائل التواصل الاجتماعي تسبب اضطرابات الصحة العقلية (النفسية) (11) أو مرتبط بها لا تزال ببساطة محل نقاش. ولكن بالنسبة للمراهقات (15 - 19 سنة) والشابات (20 - 30 سنة)، فمن الواضح أن متابعة وسائل التواصل الاجتماعي لأوقات طويلة فيكل مرة تُعتبر عادة سيئة، من جهتهن

افتتان الفتيات الشابات بالمكياج ومستحضرات التجميل ليس بالأمر الجديد. ولا بالفتيات الصغيرات اللاتي يلتزمن بمعايير الجمال التي تُعتبر مثالية. ما هو مختلف الآن هو الحجم، كما يقول كريس بيري، المدير التنفيذي لمنظمة الأطفال والشاشات، وهي منظمة غير ربحية تعمل دراسات على مدى تأثير الوسائط الرقمية في النمو البدني والتطور الذهني للأطفال. فيعصر الصور المفلترة [المعالجة بالفلاتر الرقمية من أجل اظهارها بشكل أجمل مما هي عليه طبيعيًا] والذكاء الاصطناعي، بعض صور الوجوه الجميلة التي يشاهدونها في وسائل التواصل ليست حقيقية قطعًا.

يقول بيري: "تتعرض الفتيات لوابل من الصور التي تُعتبر جميلة بدرجة مثالية والتي رسخت معيارًا للجمال، قد يكون من بالغ الصعوبة تحقيقة - إن لم يكن مستحيًلا."

توفير الخارجيات الأسبوعية لشراء منتجات سيفورا التجميلية

الهوس بالعناية بالبشرة هو أكثر من مجرد السعي للحصول على بشرة مثالية من الناحية الجمالية، كما وضحت ميا هول Hall Mia البالغة 14 سنة.

تقول ميا، وهي من سكان برونكس في نيويورك، إن الأمر يتعلق بالشعور بالقبو لو الانتماء إلى مجتمع يتمتع بأسلوب الحياة والمظهر الذي تريده الفتاة.

لم تكن العناية بالبشرة من ضمن اهتمامات ميا حتى بدأت الصف الثامن (الثاتي متوسط) فيا لخريف الماضي. لقد كان موضوعًا للحديث بين الفتيات في سنها – في المدرسة وعلى وسائل التواصل الاجتماعي. ارتبطت هذه الفتيات ارتباطًا حماسيًا بهوسهن بروتينات العناية بالبشرة.

"كل منهن مهووسات بذلك. تقول ميا: "شعرت أن هذه هي الطريقة الوحيدة التي يمكنني من خلالها الإنسجام معهن.". بدأت بمتابعة المؤثرات على وسائل التواصل اللاتي تروج لمستحضرات التجميل مثل كاتي فانغ التيك على الشابات المتابعات ملايين لديهما اللتين Gianna Christine كريستين وجيانا Katie Fang توك. تجني بعض المؤثرات أموًالا من الماركاتالتجارية مقابل الترويج لمنتجاتها، لكنهن لايذكرون ذلك لأحد دائمًا.

أصبحت ميا مدمنة على مقاطع فيديو "بعض البرامج"، حيث تصور المؤثرات أنفسهن وهنيستعدن - إما للذهاب إلى المدرسة، أو للخروج ليًلا مع صديقاتها، أو وهن يستعدن للذهاب في إحدى الرحلات. حصل أحد

الـهاشتاغات على أكثر من 150 مليار مشاهدة على التيكتوك.

"اصبحت هذه العادة وكأنها نشوة. تقول ميا: "لا تتمكن الفتاة من ترك مشاهدتها أو التوقفعنها". "لذلك عندما يقال لي: "اذهبي وأشتري هذا المنتج" أو تقول لي إحداهن "أنا أستخدمهذا المنتج وهو منتج رائع"، أشعر بأنه أصبح من المنتجات التي تعنيني شخصيًا وشراؤه يجعلني أشعر بالإنتماء لهذه المجموعة من الفتيات.

بدأت ميا في توفير خرجيتها الأسبوعية البالغة 20 دولارًا للذهاب مع صديقاتها إلى محلات بيع منتجات مواد سيفورا التجميلية. روتينها اليومي يتكون من استخدام غسول الوجه ورش رذاذ على الوجه ومصل مرطب، ومنتج تضييق المسام وشد الوجه، وكريم مرطب وكريم واقٍ من الشمس. وكلها كانت في معظمها علامات تجارية فاخرة مثل Recipe Glow أو Elephant Drunk أو Caudalie، والتي يمكن أن يصل سعر كريماتها المرطبة إلى 70 دولارًا للواحد.

وتقول: "أشعر بالغيرة وبالقلق كثيرًا عندما أرى فتيات أخريات في سني جميلات جدًا كما يبدو أو يعشن حياة رائعة."

تقول شارلوت ماركي Markey Charlotte خبيرة صورة الجسد واستاذة علم النفسبجامعة روتغرز، مستوى التفاصيل والمعلومات التي تحصل عليها الفتيات من دورات التجميل من شأنها أن ترسل رسالة مثيرة للقلق في سن بكنّ َ فيه ضعيفي الإرادة والتأثير عليهن واغراؤهن أسرع خاصة بكونهن لا يزلن في مرحلة البلوغ والمراهقة ويبحثن فيه عن هوياتهن.

المنتجات التي تروّج للشابات، تشتريها الفتيات الصغيرات

لقد استفادت شركات صناعة التجميل من هذا الترند. في العام الماضي، المستهلكات اللاتي يقل سنهن عن 14 عامًا كانت وراء ٪49 من مبيعات مستحضرات التجميل في الصيدليات وفقًا لتقرير شركة نيلسون لأبحاث التسويق الذي وجد أن الأسر التي لديها مراهقون ومراهقات كانت تنفق أكثر من الأسر الأمريكية المتوسطة الدخل على منتجات العناية بالبشرة. وفي النصف الأول من عام 2024، ثلث مبيعات مستحضرات التجميل "الراقية"، في مثل متاجر سيفورا، كانت وراءها الأسر التي لديها مراهقين ومراهقات، وفقًا لشركة أبحاث السوق يركاناد Circana.بعض نتاجات العناية بالبشرة

بعض نتاجات العناية بالبشرة

اعترفت شركات صناعة مستحضرات التجميل بأن بعض المنتجات ليست مناسبة للفتيات الصغيرات، لكنها كانت مقصرة في منع الفتيات الصغيرات من شرائها. على سبيل المثال، يوصي موقع Elephant Drunk الإلكتروني الفتيات اللاتي يبلغن 12 عامًا أوأقل بعدم استخدام الأمصال المضادة للشيخوخة ومرطبات الجسم ومقشرات الجسم. "نظرًا لطبيعة مفعولها النشط والسريع جدًا." هذه التوجيهات لا تأتي مع المنتج، بل تجدها متوفرة على صفحة الأسئلة العامة في موقع الشركة المنتجة.

رفضت شركة سيفورا التعليق على هذه القصة.

المكونات مثل الريتينول retinol والمقشرات الكيميائية (12) مثل أحماض الهيدروكسي، قاسية على الجلد بطبيعتها. تستخدم كمضادة لشيخوخة الجلد، وذلك لتحفيز البشرة على إنتاج كولاجين وخلايا جديدة. يقول أطباء الجلدية إن البشرة الشابة أو الحساسة يمكن أن تتفاعل وتحمر وتتقشر وتلتهب مما يمكن أن تسبب العدوى والالتهابات وحب الشباب وفرط الحساسية إذا استخدمت بطريقة غير صحيحة.

يتفق أطباء الجلدية على أن وجه الفتاة الصغيرة يحتاج عادة إلى ثلاث منتجات فقط، كلها موجودة على رفوف الصيدليات: منظف وجه لطيف (خفيف)، ومرطب بشرة، وواقٍ من أشعة الشمس.

مشروع قانون في ولاية كاليفورنيا يهدف إلى حظر بيع منتجات العناية بالبشرة المضادة للشيخوخة للفتيات دون سن 13 عامًا هذا الربيع أخفق في الموافقة عليه، لكن عضو المجلس الديمقراطي أليكس لي يقول .بالبشرة العناية لمنتجات المصنعة الشركات مساءلة متابعة لمواصلة يخطط إنه يقول Alex Lee لي وغيره من النقاد إن الماركات التجارية الشهيرة تستخدم عبوات مزينة بأسماء منتجات جذابة لجذب المشتريات الصغيرات في السن بنفس الطريقة التي ابتكرت بها شركات السجائر الإلكترونية وماركات المشروبات الروحية بنكهات فواكه تجذب المستهلكين دون السن القانونية.

ويشير لي إلى أوروبا باعتبارها المثال الصحيح الذي ينطبق عليه تفعيل مثل هذا القانون. فقد أصدر الاتحاد الأوروبي تشريعًا العام الماضي يحد من تركيز الريتينول retinol في جميع المنتجات التي لا تستلزم وصفة طبية. وقالت إحدى سلاسل الصيدليات الرائدة في السويد، أبوتيك هجارتات Hjartat Apotek في مارس 2024، إنها ستتوقف عن بيع منتجات العناية بالبشرة المضادة للشيخوخة للفتيات التي تقل عن 15 سنة دون موافقة أولياء أمورهن. وقالت الشركة: "هذه الطريقة كافية لحماية صحة بشرة الفتيات وأموالهن وسلامتهن العقلية".

واحدة من الأمهات "رمت كل هذه المستحضرات في سلة النفايات "

أمهات من جميع أنحاء البلاد قلقات من هذه المستحضرات دأبن على مراجعة أطباءالأمراض الجلدية بصحبة بناتهن الصغيرات، ويحملن أكياسًا مليئة بمنتجات العناية بالبشرة التي يستخدمها بناتهن الصغيرات وكان سؤالهن الوحيد: هل هذه المنتجات سليمة لهذه الفتيات من الناحية الصحية؟

يقول الدكتور ديندي إنغلمان Engelman Dendy ، طبيب الأمراض الجلدية في مانهاتن، نيويورك: "في كثير من الأحيان تقول الأمهات بالضبط نفس ما أقوله أنا، ولكنهن بحاجة إلى أن تسمع بناتهن ذلك من الطبيب مباشرة." "وقلن لي: ربما تستمع بناتنا إليك لأنهن بالتأكيد لا يستمعن إلينا"

أما والدة ميا، ساندرا غوردون، فقد اتخذت مقاربة مختلفة. في الربيع الماضي، لاحظت وجود بقع داكنة على وجه ميا وانزعجت من مظهرها كثيرًا. قامت ساندرا غوردون، التي كانت تعمل ممرضة، برمي جميع منتجات ابنته افي سلة النفايات.

ميا لم تكن سعيدة. ولكن عندما بدأت مرحلة الدراسة الثانوية، شعرت الآن أن والدتها كانت على حق. ولذا تحولت إلى استخدام روتين تجميل بسيط يتمثل في غسول الوجه ومرطب البشرة فقط، وتقول إن صحة بشرتها تحسنت.

حينما كانت في مدينة سكرامنتو، كاليفورنيا، لم تنتبه سكارليت إلى العلامات المبكرة على تضرر بشرتها من هذه المنتجات: ولذا تطورت إصابتها إلى طفح جلدي وشعرت بإحساس لاذع، وعلى مدى أيام من محاولتها وضع منتجات العناية بالبشرة المنتشرة الاستخدام. اعتقدت سكارليت أنها لم تضع ما يكفي منها، لذلك قامت بوضع المزيد من الطبقات على وجهها. وبعدها تقرح خداها وشعرت بألم شديد.

"كان الوقت متأخراً ليلاً. جاءت مسرعة إلى غرفتي وهي تبكي. تتذكر والدتها آنا عودارد Anna Goddard التي لم تدرك مدى هوس ابنتها سكارليت بمستحضرات العناية بالبشرة: "لقد ذهب كلا التهابي".

عندما قرأت غودارد مكونات كل منتج، صُدمت عندما وجدت الريتينول ضمن المنتجات التي يبدو أنها تباع للفتيات الصغيرات - بما فيها قناع الوجه الذي يحمل وجه قطة على العبوة.

أكثر ما يقلق والدتها كانت التبعات النفسية، حيث تسببت تعليقات زميلاتها في المدرسة في استمرار شعورها بالقلق وأثرت سلباً في تقدير الذات عندها.

تأمل غودارد أن ترى المزيد من قوانين حماية الفتيات من هذه المنتجات. وتقول: "لم أكن أعلم أن هناك مكونات ضارة ضمن مكونات مستحضرات العناية بالبشرة التي تسوق وتباع للفتيات". "يجب أن يكون هناك نوع من رسائل التحذير على هذه المنتجات."