

# KOZMETİK DÜNYASINA YOLCULUK

Kozmetik ve cilt bakımı ürünleri, bir çok insanın günlük yaşamında önemli bir yer tutuyor. Kadın ya da erkek, birçoğumuz dış görünümümüze önem veriyoruz. Bedenimizi temizlemek, hoş kokmak, cildimizi dış etkilere korumak amacıyla hergün çok sayıda kozmetik ürünü kullanıyoruz. Araştırmalarda, yetişkin bir insanın ortalama olarak günde yedi farklı kozmetik ve cilt bakımı ürünü kullandığı belirlenmiş. Kişisel bakım ürünlerine düşkünlüğümüz, çok eskilere, tarih öncesi dönemlere dayanıyor. Üstelik, ekonomik koşullardan, savaşlardan neredeyse hiç etkilenmeyen bir tüketim olgusu olarak karşımıza çıkıyor. 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, hem kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin, hem de bu ürünlerin yapımında kullanılan maddelerin çeşitliliği giderek arttı. Günümüzde bu çeşitlilik, çoğu kez ürünler arasında bir seçim yapmayı güçleştiriyor. Kozmetik ürünlerinin dünyasına kısa bir yolculuğa ne dersiniz?

Kozmetik ürünlerinin dünyası, özellikle de ürünlerin tanıtımında kullanılan terimler ve etiketlerindeki dil göz önüne alındığında, gizemli bir dünya. Başka yönleri de var elbette. Örneğin, şampuanınızın etiketinde belirtildiği gibi yalnızca doğal ürünler içerdiğinden nasıl emin olursunuz? Ya da, el kreminizin söylendiği gibi vitaminler içerdiğinden? Elbette en doğrusu, ürünün etiketindeki içindekiler listesine

bakmak olacaktır. Burada, ürünün içinde bulunan maddeler en fazla miktarda bulunandan en az miktardakine doğru sıralanır. Bu Karışımındaki belli bir maddeyi arayanlar ya da belli bir maddeden kaçınması gerekenler açısından önem taşır. Kimi ürünlerin içindekiler listesinde, ürüne kokusunu veren maddeler de yer aldığı için liste daha uzun olur. Ancak, kimyager ya da kozmetik araştırmacısı değil, ortalama

bir kozmetik ürünü tüketicisi için, içindekiler listesi genellikle çok karmaşık görünür. Örneğin, şampuanınızın içindeki "metil paraben" in petrol ürünlerinden elde edilen sentetik bir koruyucu olduğunu, ya da el kreminizin içindeki "tosoferol" ün E vitamini olduğunu bilmeyebiliriz.

Besin endüstrisinde olduğu gibi, kozmetik endüstrisinde de üreticiler, ürünlerinin içindeki maddeleri paketi-

lerinde belirterek tüketicileri bilgilendirmek zorundadır. Etiket bilgileri, tüketicilerin alerjiye yol açabilecek maddeleri belirleyebilmeleri ve birbirine benzer etkiye sahip olduğu iddia edilen ürünleri birbirleriyle karşılaştırabilmeleri açısından da önem taşır. Her ürünün etiketinde, ürünün hangi amaçla kullanıldığı, içindeki ürün miktarı, kullanım talimatı, üretici ya da dağıtıcı firmanın adı ve adresi, uyarılar ve önlemler de yer alır. Kimi ürünlerin üzerindeyse, “24M”, “12M” ve “3M” gibi işaretler bulunur. “24M” ürünün açtıktan sonra, normal koşullarda ve aşırı sıcaklığa maruz bırakılmadan kullanıldığında, kaç ay içinde tüketilmesi gerektiğini belirtir. Örneğin, “24M”, ürünün açıldıktan sonra 24 ay içinde, “12M”, 12 ay içinde, “3M”, 3 ay içinde tüketilmesi gerektiğini belirtir. Bu süre, kozmetik ürünün tipine göre farklılık gösterir.

Kozmetik ürünlerin birçoğunda, su, emülsiyonlayıcı, koruyucu, koyulaştırıcı, renklendirici, koku verici ve pH dengeleyici maddelerden en azından bir bölümü bulunur. Kozmetik ürünlerin birçoğunun en temel maddesi “emülsiyonlayıcı”dır. Bunlar, ürünün içindeki yağlarla suyun birbirine karışmasını sağlar. Kozmetik ürünler, ya, emülsiyonlayıcılar sayesinde suyun içine dağılmış yağ damlacıklarından, ya da, yağın içine dağılmış su damlacıklarından oluşur. Emülsiyonlayıcılar, suyla yağ arasındaki yüzey gerilimini de-



ğiştirerek pürüzsüz dokulu, homojen bir ürünün ortaya çıkmasını sağlar. Kozmetik ürünlerin içinde, bakteri ve küf gibi mikroorganizmaların üremesini engellemek için “koruyucu” adı verilen maddeler de bulunur. Çünkü, mikroorganizmalar, ürünün bozulmasına neden olur, kullanıcının sağlığı açısından tehlike oluşturur. Kozmetik ürünlerinin kıvamı, genellikle polimerler gibi kalınlaştırıcı maddelerle sağlanır. Bu polimerler sentetik ya da doğal kaynaklardan elde edilmiş olabilir. Çok koyu kıvamlı kozmetikler, su ya da alkol gibi çözücülerle inceltilir. Kozmetik ürünlerin içindekiler listesinde, ürüne hoş koku ya da renk veren ve pH (asitlik) düzeyini ayarlayan kimyasal maddeler de vardır.

## Yaşlanmanın Etkileriyle Savaş

İnsan cildinin yaşlanma sürecini anlayabilmek için bugüne kadar çok sayı-

da araştırma yapılmış: Yaşlanmayla birlikte, bütün deri hücreleri, fazla miktarda “serbest radikal” üretmeye başlar. Serbest radikaller, hücredeki süreçler sırasında çıkan kararsız oksijen moleküleridir. Güneşin zararlı etkileri ve sigara tüketimi gibi dış etkenlere bağlı olarak da üretilirler. İdeal koşullarda, deri hücrelerinde doğal olarak bulunan beta karoten, E, C ve A vitamini gibi “antioksidan” maddeler tarafından yok edilirler. Yaşlanan deri hücrelerinde, doğal antioksidanlar kıtır. Hücrenin içinde “serbest kalan” serbest radikaller, hücre zarına, proteinlere ve DNA’ya zarar vermeye başlar. Eninde sonunda kolajenleri de çöktürerek deriyi tahriş eden kimyasalları serbest bırakır. Tüm bu hücrenel ve moleküler olayların birleşimi, cildin yaşlanmasına ve kırışıklık oluşumuna yol açar.

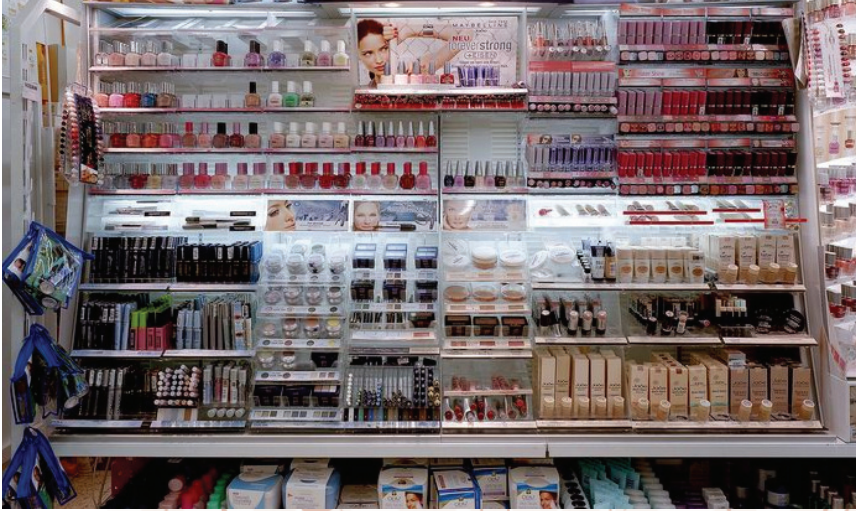
Günümüzde, birçok cilt bakım ürününün cildi nemlendirmekten çok daha fazlasını yaptığı iddia ediliyor. Kırışıklıkları önlemek, yaşlanmayı ya da güneş etkisine bağlı olarak ortaya çıkan bozulmayı önlemek, hatta tersine çevirmek gibi. Peki, bu ürünler gerçekten işe yarıyor mu? Kırışıklık önleyici kremlerde kullanılan retinol, koenzim Q-10, büyüme faktörleri, çay özü, C vitamini, E vitamini ve kolajen gibi maddelerden bazılarının kırışıklıklara iyi gelebileceğini gösteren araştırmalar var. Ancak, bu maddelerin hiçbirinin yararlılığı kanıtlanmamış. Örneğin, bunlardan retinol, (A vitamininin teknik bir adı), kırışıklık önleyici kremlerde kullanılan antioksidan maddelerden biri. (Antioksidanlar, deri hücrelerine zarar vererek kırışıklıklara yol açan “serbest radikaller”i engeller). Retinol’ün cilt bakım ürünlerindeki popülaritesi, kırışıklıklara karşı kullanılan reçeteli ilaçlar olan “Retin-A” ve “Renova”yla ilişkilendirilmesinden kaynaklanıyor. Her iki ilacın da etkin maddesi, “tretinoin”. Tretinoin, A vitamininin bir asit formu. Araştırmalar, tretinoinin, Güneş’in yol açtığı anormal hücre üretimini normale döndürmede etkili olduğunu gösteriyor. Tretinoinin cilde uygulanması mucize sonuçlar doğurmuyor; ama bazı olumlu

## Kozmetik Ürünlerini Doğru Kullanalım

- Ürünü kullanmadan önce kullanım talimatlarını ve uyarıları okuyun.
- Yeni bir ürünü kullanmaya başlamadan önce, “yama testi”ni uygulayın: Ürünü kolunuzun iç yanına ya da kulağınızın arkasındaki küçük bir bölgeye uygulayın, 24 saat bekleyin. Cildiniz bu teste tepki göstermediyse ürünü kullanın. Özellikle saç boyaları söz konusu olduğunda, bu testin, önceki kullanımlarda ürünle sorun yaşanmamışsa da, her defasında yapılması gerekiyor.
- Kozmetik ürünlerinizi asla bir başkasıyla ortak kullanmayın; bakteriler bu ürünler yoluyla kolaylıkla bir insandan başkasına geçebilir.
- Bir ürünün üzerinde “hypoallergenic” ifadesi varsa, bu, ürünün alerjiye neden olmayacağı anlamına gelmez. Bu yalnızca, üreticinin ürünün

başka ürünlere göre daha az alerji yapacağına inandığını belirtir.

- Makyaj yapmadan önce her zaman ellerinizi yıkayın.
- Kozmetik ürünlerini yüksek sıcaklıktan ve güneş ışığından koruyun. Isı ve ışık, ürünün içinde bakterilerin üremesini engelleyen koruyucu maddelerin bozulmasına yol açar.
- Kozmetik ürünlerinin birçoğunun üzerinde son kullanma tarihi bulunmaz. Ancak, uzmanlar, göz enfeksiyonları riskini azaltmak için, rimel gibi makyaj ürünlerinin her üç ayda bir değiştirilmesini öneriyorlar. Genel olarak, bir ürünün kokusunda, renginde ya da dokusunda değişiklik olduğunu sezerseniz, onu kullanmayı bırakın.
- Üreticilerin gerçekçi olmayan iddialarına karşı ihtiyatlı olun; özellikle, ürünün cildin yapısına ya da bedene kalıcı bir etki yaptığı öne sürülüyorsa.



etkilerinin olduğu saptanmış. Ancak, bu maddenin tahriş edici yan etkisi öyle güçlü ki, birçok insan bu yan etkiyi kaldıramaz. Bu nedenle de, Retin-A ya da Renova gibi ilaçlar, ancak doktor kontrolünde kullanılabilir. Cilt bakım ürünlerinde kullanılan retinolün bu ilaçlardaki tritinoitle aynı etkiyi yapabilmesi için, cilde sürüldükten sonra çeşitli aşamalardan geçerek tritinoite dönüşmesi gerekiyor ki, bu da uzak bir ihtimal. Dahası da var; ABD'deki Gıda ve İlaç idaresinin incelemelerine göre, piyasadaki kimi retinollü cilt ürünlerinin içinde, gözardı edilebilecek ölçüde az retinol bulunuyor.

Kırışıklık önleyici kremlerde kullanılan bir başka maddeyse, hidroksi asitleri. Bu ürünlerde kullanılan alfa, beta ve poli hidroksi asitlerinin hepsi de, şekerli meyvelerden elde edilen asitlerin sentetik türleri. Bu asitlerin, derideki ölü hücre tabakasını soyarak, yumuşak ve pigmentleri eşit olarak dağılmış yeni deri oluşumunu uyardığı biliniyor. Kozmetik ürünlerinde kullanıldığında, cildi nemlendirirken derin çizgi ve kırışıklıkları iyileştirdiği iddia ediliyor. Hidroksi asitleri, deride bulunan ve deriyi kalınlaştırarak su kaybını önleyen kolajen üretimini uyarıyor. Ancak, yanma, kaşınma, acı hissi ve yara izi kalma riski gibi yan etkileri var; cildin güneş ışınlarından zarar görme yatkinliğini da artırıyor. Koenzim Q-10'a gelince. Bu, hücrelerde enerji üretiminin düzenlenmesine yardım eden bir besin maddesi. İnsanlar üzerinde yapılan iki araştırmada, yan etkiye yol açmadan göz çevresindeki kırışıklıkları azalttığı görülmüş; ancak, uzun vadeli etkilerinin ortaya çıkarılması için yeni araştırmalara gereksinim duyuluyor.

Peki, ya büyüme faktörleri? Büyüme faktörleri, bitki ve hayvanlarda doğal olarak bulunan hormonlardır. Hücreler arasında kimyasal iletileri taşırlar. Kozmetik ürünlerinde en sık kullanılan türü, bitki büyüme faktörü olan kinetin. Kinetinin ciltteki etkisini nasıl gösterdiği tam olarak bilinmiyor. Kolajen üretimini uyararak cildin nem tutma özelliğini artırabileceği sanılıyor. Etkili "bir antioksidan" olabileceği düşünülüyor; ancak, etkisinin ve uzun vadede güvenilirliğinin ortaya çıkarılması için araştırmalara gereksinim duyuluyor. Soya fasülyesinden ve soya sütünden elde edilen protein özlerinin etkisi de tartışmalı. Bu protein özlerinde, östrojene benzeyen ve "izoflavonlar" olarak adlandırılan birkaç madde bulunuyor. Bu maddelerin, tıpkı hormon terapisinde olduğu gibi, deride kırışık azaltıcı etki gösterebileceği sanılıyor. Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalarda, izoflavonların cildi güneşin zararlı etkisinden koruduğu ve ciltteki su moleküllerine bağlanarak kırışıklığı azaltan ve deriyi kalınlaştıran "hiyaluronik asit" üretimini artırabileceği görülmüş. Az sayıda kişi üzerinde yapılan bir başka araştırmada, yaşlanma lekelerinin rengini açabileceği gösterilmiş. Bazı araştırmacılar, soya izoflavonlarının kırışıklıkları azaltabileceğini düşünüyorlar. Ancak, etkisinin ve güvenilirliğinin belirlenebilmesi için daha fazla araştırmaya gereksinim duyuluyor.

Çay özleri, C vitamini ve E vitamini gibi antioksidan maddelerin, cildin yaşlanmasını önleyici, güneşin zararlı etkilerinden koruyucu etki gösterebildiği biliniyor. Ancak, antioksidan maddeleri içeren ürünlerle ilgili iki önemli sorun var. Birincisi, ürünlerin birçoğu

deri tarafından etkisini gösterecek ölçüde emilmiyor. İkincisiyse, antioksidan maddelerin havayla temas ettiğinde hemen bozunması, yani etkisini kaybetmesi! Ayrıca, Cilde sürülen C ve E vitamininin batma hissi, kaşıntı ve kızarıklık gibi yan etkileri var. Son olarak, kolajen, etkisi belki de en çok abartılan madde. Kolajen, derimizde bulunan ve cildi yumuşak ve esnek tutan, büyük ve lifli bir protein. Derideki kolajen miktarı yaşla azalır ve kırışıklık ve sarkmaya katkıda bulunur. Kozmetik ürünlerine eklenen kolajenin, ince çizgilerin görünümünü azaltarak cildi sıkılaştıracağı öne sürülüyor. Ancak, cilde sürülen kolajen hiçbir şekilde deri tarafından emilmez ve bedenin kolajen üretimini artırmaz.

## İstenmeyen Etkiler

Kozmetik üreticilerinin, ürünlerinin, etkilerini bilimsel olarak kanıtlanma zorunluluğu bulunmuyor. Bu nedenle, tüketicilerin kozmetik ürünlerin etkileriyle ilgili iddiaların bilimsel olarak kanıtlanmamış olduğunu unutmamaları gerekiyor. Ne yazık ki, kozmetik ürünlerinin içinde bulunan kimi maddelerin de olumsuz yan etkileri olabiliyor. Örneğin, koku verici ya da koruyucu maddeler cilt alerjilerine neden olabilir. Bu, ürünün uygulandığı yerde döküntüye neden olur. Belli bir kozmetik ürününe alerjiniz olduğunu düşünüyorsanız, içindeki maddelerden hangisinin bu soruna yol açtığını bilmek önemlidir. "Yama testi" adı verilen özel bir alerji testiyle bu belirlenebilir. Daha sonra da, ürünlerin etiket bilgileri okunarak bu maddelerden kaçınılabilir. Kimi insanlar, belli bir maddeye alerjik tepki vermeseler de, bazı ürünler derilerinin dış katmanına zarar vererek ciltlerini tahriş edebilir. Ölü deriyi soymak için kullanılan ürünlerse, derinin koruyucu üst tabakasına zarar vererek cildin geçici bir süre güneş ışınlarına karşı korunmasını azaltır. Saçları ya da cildi sabun ve detejanlarla aşırı sık bir biçimde yıkamak, cildin doğal koruyucu yağ tabakasının soyulmasına, derinin kurumasına ve pul pul olmasına neden olur. Makyaj ürünlerinin ve yağlı kremlerin aşırı kullanımı da derideki gözeneklerin tıkanmasına ve sivilce oluşumuna yol açabilir.

Kozmetik ürünlerinde bulunan belli maddelerin, daha ciddi yan etkilere yol açabileceği de söyleniyor. Bu maddelerden biri, "parabenler". Parabenler, (kozmetik ürünleri ve yiyecekler de içinde olmak üzere evde kullanılan birçok üründe bulunan ve antimikrobiyal etkiye sahip koruyucu maddeler. 2004 yılında İngiltere'de yapılan bir araştırmada, terlemeyi önleyen deodorantlarda bulunan parabenlerle, göğüs kanseri arasında bir ilişki olabileceği gösterildi. Araştırmada, göğüs kanseri teşhisi konmuş 20 kadından alınan kanserli doku örnekleri incelenmiş ve 18'inde parabenlerin biriktiği gözlenmiş. Ancak bu araştırma, parabenlerin göğüs kanserine yol açtığını değil, yalnızca göğüs kanserli dokularda parabenlere rastlandığını gösteriyor. Araştırmacıların parabenleri seçmelerinin nedeni, bu maddelerin insan hücrelerinde östrojen hormonunun etkilerini taklit ettiğinin bulunması. Bazı göğüs kanserlerinin oluşumunda ve gelişmesinde östrojenin etken olduğu biliniyor. Araştırmaya geri dönecek olursak, parabenlerin bedenin başka bölümlerinde toplanıp toplanmadığı bilinmiyor. Araştırmacılar yalnızca göğüs kanserli doku örneklerini incelemişler. Bunun yanı sıra, bu dokularda rastlanan parabenlerin kaynağı da bilinmiyor; ancak araştırmacılar sindirim yoluyla değil, kesikler ya da yaralar yoluyla deriden emildiğini düşünüyorlar. 2003 yılında ABD'de yapılan bir araştırmada da, koltukaltını traş etme ve antiperspirantlı deodorant kullanmaya başlama yaşının ve sıklığının, göğüs kanserine yakalanma yaşının düşmesiyle ilişkili olduğu görülmüş. Ancak, araştırmada, bu temizlik alışkanlığıyla göğüs kanserine yakalanma yaşı arasında bir neden-sonuç ilişkisi olduğu ortaya çıkarılmamış.

ABD'de geçtiğimiz yıllarda yapılan bir çalışmaya, tüm dünyada kullanılan kozmetik ve bakım ürünlerinin birçoğunun, kansere yol açan maddeler içerdiğini ya da insan sağlığına etkilerinin sınırlanmadığını ortaya koydu. Öyle görünüyor ki, bu ürünlerde kullanılan kimyasal maddelerin güvenilirliği konusunda daha fazla araştırmaya gerek var. ABD'deki Çevre Çalışma Grubu'nun (Environmental Working Group) hazırladığı "Skin Deep" adlı web

## Güzelliğin Tarihi

Kozmetik kullanımının tarihi, geçmişte çok eskilere dayanıyor. Eski Mısır'da kadınların göz kapaklarını boyamak için rastık kullandıklarını, Kleopatra'nın cildini beyazlatmak ve yumuşatmak için sütle yıkandığını biliyoruz. Günümüzden 3000 yıl önce, Eski Yunan kadınları kurşunkarbonatla boyanarak yüzlerini soldurmaya çalışıyorlardı. 19. yüzyıla kadar, yüz beyazlatmada, içinde karbonat, hidroksit ve kurşun oksit bulunan özel bir karışım kullanılıyordu. Her kullanımda bedende biriken bu maddeler, sayısız fiziksel rahatsızlığa neden olur; kimi zaman kasların felç olmasına ya da ölümlere yol açardı. 19. yüzyılda bu ölümcül karışımın yerine, içinde çinko oksit bulunan yeni bir yüz pudrası kullanılmaya başlandı. Göz farı olarak kurşun ve antimuan sülfürü, dudak boyası olarak cıva sülfürü ve gözlerin parlamasını sağlamak için de güzelavratotu gibi zehirli maddeler kullanılıyordu. Terlemeyi önleyen ve etkin maddesi alüminyum klorür olan terlemeyi baskılayan koku gidericiler de 1890'larda ortaya çıktı. 1940'larda, yarattığı cilt sorunları nedeniyle, alüminyum klorürün yerini, günümüzde de kullanılan alüminyum klorohidrat aldı.

Kozmetik endüstrisinin günümüzdeki anlamıyla büyümeye başladığı dönem, 20. yüzyılın başları. 1910'lu yıllarla 50'li yıllar arasında, gazete ve dergilerde çıkan yazılar aracılığıyla, kadınlara, egzersiz, diyet ve kozmetiklerle saç ürünlerinin düzenli kullanımının kendilerini daha çekici yapacağı anlatıldı. Daha önceleri bu tür güzellik yardımcılarının yalnızca ahlâksal değerlere bağlılığı kuşkuyla çevrelere özgü olduğu düşünülürdü. Sinemanın bulunuşu ve renkli film yönteminin geliştirilmesi, kozmetik endüstrisi açısından bir dönüm noktası oldu. İlk kadın sinema oyuncularından Theda Bara'nın beyazperdedeki, Helena Rubinstein kozmetik ürünleriyle süslenmiş görüntüsü sansasyon yaratmıştı. Rubinstein, rimeli ve renklendirilmiş pudra kavramını geliştirdi. Fransız sahne sanatçılarından etkilenerek gözleri renklerle gölgelendirmeye başladı; dudakları kırmızıya boyayarak belirginleş-



tirdi. Hollywood'da makyaj sanatçısı olan Max Factor ise, o dönemlerde çok çeşitli ürünlerle kozmetik endüstrisine katkıda bulunan bir başka addi. Onun ürünleri, film teknolojisindeki gelişmelerin sonucuydu; çünkü, renkli filmlerde istenen etkilerin yaratılabilmesi için oyunculara farklı makyajlar yapılması gerekiyordu.

Birinci Dünya Savaşı'nın da kozmetiğin yaygınlaşmasında önemli rol oynadığı düşünülüyor. 1910'ların sonunda kadınlar hem toplumsal hem de ekonomik açıdan özgürleştiler. 1920'lerde, sinema sayesinde beyaz ten modası tarih oldu; artık, bronz ten modaydı. İkinci Dünya Savaşı sırasında naylon çorap kıtlığı nedeniyle çıkan "bacak makyajı" modasının ardından, 1950'lerde, bronzlaştırıcı ürünlerin reklamlarında artış oldu.

Aynı yıllarda, televizyonun yaygınlaşmaya başlamasıyla, "Procter&Gamble" gibi sabun firmalarının sponsorluk yaptığı bazı radyo programları da televizyona taşındı. Kozmetik ürünlerinin reklamları yaygınlaştı. 1960'larda, hem takma kirpiklerin hem de "doğal" kozmetik ürünlerinin popülerliğinde artış oldu. Doğal ürünler, havuç suyu ve karpuz özü gibi bitki kökenli karışımlara dayanıyordu. 1970'lerde, ABD'de soyu tükenmekte olan canlıları koruma yasasının yürürlüğe girmesiyle, belli bitkilerin kozmetik üretiminde kullanılması yasaklandı. Sonraki yıllarda, hem teknolojiye ilerlemeye, hem de kozmetik pazarının doymak bilmeyen açlık duygusuna bağlı olarak, çok daha karmaşık ve çeşitli ürünler üretilmeye başlandı.

sitesinde, bu çalışmayla ilgili bilgiler ve 7500 farklı kozmetik ürününü içeren bir veritabanı bulunuyor.

## Kozmetik Pazarı ve Tüketiciler

2003 yılında, tüm dünyadaki kozmetik pazarının toplam 200 milyar dolar olduğu belirlenmiş. Bunun 16 milyarlık bölümünü, erkeklere özgü ürünler oluşturuyor. Ülkemize gelince. 2002 yılında Türkiye'deki kozmetik pazarının 2 milyar dolar olduğu belirlenmiş. Kayıt dışı satışlarla birlikte bu rakamın 5 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. Bu ürünlerin, % 10'u ülkemizde üretiliyor; % 90'ıysa ithal ürünler. Önümüzdeki günlerde, ithal

ürünlerin sayısının daha da artması bekleniyor. 24 Mayıs 2005 tarihinde çıkarılan yeni Kozmetik Yönetmeliği'nden sonra, özellikle Avrupa Birliği ülkelerinden gelen ithal ürünlerin sayısının daha da artması bekleniyor. Bunun nedeni, yeni yasanın, kozmetik ürünlerin üretimi için Sağlık Bakanlığı'ndan (kimisi zaman iki-üç yıl gibi bir sürece yayılan) "izin" alma zorunluluğunu kaldırarak, bunun yerine, piyasaya sunulacak ürünleri bakanlığa bildirme zorunluluğu getirmesi. Eski yasayla, kozmetik ürünlere ruhsat verilmenden önce, ürünlerin içeriği Hıfzısıhha Enstitüsü'nde inceleniyor, sağlıklı olup olmadığına karar veriliyordu. Yeni yasayla, kozmetik ürünlerin satışında, ABD'de ve Avrupa ülkelerinde ol-



duğu gibi “post-marketing” adı verilen sisteme geçiliyor. Yani ürünler, satıştan önce değil, satıştan sonra denetlenecek. Ürün, istenmeyen etkilere ya da zarara yol açarsa, incelemeye alınacak. Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Ana Bilim Dalı Başkanı Yard. Doç. Dr. Celalettin R. Çebi, yeni yasayla ülkeye girecek kozmetik ürünlerinin, yerli kozmetik üreticilerini güç durumda bırakabileceğini belirtiyor. Piyasadaki

ürünlerin çeşitliliğinin artması da, tüketicilerin aklını karıştırabilir. Tüketicilerin kozmetik ürünleri konusunda bilinçli olması, bu nedenle de önem taşıyor.

Peki, ülkemizdeki tüketiciler, kozmetik ürünleri konusundaki seçimlerinde ne denli bilinçli. Uzman Celalettin R. Çebi'nin düzenlediği, “Türk Toplumunda Kozmetik Tüketici Davranışları” adlı araştırmanın ön sonuçlarına göre, tüketicilerin % 54'ü, hangi kozmetik ürünlerini kullanacağına,

kimseye danışmadan kendi kendine karar verdiğini söylüyor. Arkadaş önerisiyle seçim yapanların oranı, % 16,8. Araştırmaya katılanların % 13'ü, kararlarında görsel medyadan etkilendiğini, % 11'i güzellik uzmanı, % 1,6'sıysa doktor önerisine göre karar verdiğini belirtmiş. Ancak, aynı araştırmada, kozmetik ürünü tüketicilerinin % 39'u, satın aldığı kozmetik ürünleriyle ilgili özel bir tercihi olmadığını, önüne çıkan herhangi bir ürünü satın aldığını belirtmiş. Yaklaşık % 33'lük bir bölüm ürünün iyi bir marka olmasına, % 23'lük bir bölüm de ucuz olmasına dikkat ediyor. Bu iki bulguyu birlikte ele aldığımızda, araştırmaya katılanların çoğunun kozmetik ürün seçiminde özel bir tercihinin olmadığını, ancak, ürün seçiminde kararlarını kendi kendine verdiğini görüyoruz. Çebi, tüketicilerin kozmetik ürünlerin seçimi konusundaki bilinç düzeyinin yükseltilmesi için, zaman geçmeden harekete geçilmesi gerektiğini, bu konuda tüketici derneklerine de iş düştüğünü belirtiyor. Gazi Üniversitesi bünyesinde de buna yönelik bazı projeler geliştirilmiş. Bunlardan biri, üniversite bünyesinde, tüketicilerin telefonla bilgi alabilecekleri bir “kozmetoloji danışma birimi” kurulması. Bu danışma biriminin yapımı tamamlanmak üzere. Kozmetik ürünlerinin yan etkileri için bir veri tabanı oluşturmak, tüketici dernekleri birleştiren bir kozmetik ürünleri platformunun kurulmasına öncülük etmek, toplulumuzdaki kozmetik ürün kullanıcılarının profilinin çıkarılması, ve popüler kozmetoloji eğitimleri düzenlemek de Çebi'nin projeleri arasında.

## Kozmetik Sözlüğü

**“Fragrance”:** Hoş koku. Bir kozmetik ürününe koku vermek amacıyla kullanılan doğal ya da sentetik madde ya da maddeler.

**“Fragrance-free”:** Koksuz. Etiketinde bu şekilde nitelendirilen ürünler, sabunun yağlı kokusunu ya da başka kokuları bastırmak amacıyla az miktarda kokulandırıcı içerir.

**“Hypoallergenic”:** Alerjik tepkilere yol açma olasılığı başka ürünlere göre daha az. Ancak, bu terimin resmi ya da bilimsel bir anlamı yok. Yalnızca, alerjiye rastlandığı çok bilinen maddelerin kullanılmadığını belirtir.

**“Lanolin”:** Koyun yününden elde edilen ve nemlendirici olarak kullanılan doğal bir esans (öz). Alerjik tepkilerin önemli nedenlerinden biridir; ancak ender olarak saf formunda kullanılır.

**“Natural”:** Doğal. Ürünün içinde, doğrudan bitkilerden ya da hayvansal ürünlerden elde edilen özler bulunduğunu belirtir. Son yıllarda kozmetik ürünlerinin birçoğunun içinde bir ya da iki bitki özü bulunduğunu görüyoruz. Doğal maddelerin “iyi” olduğu (buradan hareketle sentetiklerin de “kötü” olduğu) konusunda yaygın bir kanı olsa da, bu doğru değil. Kimi zaman bitki özlerinin ürünün etiketini daha hoş kıldığı için eklendiği bile söylenebilir. Aslında, ürünün içine homojen bir biçimde karışmaları güç olduğu ve kolay bozdukları için, doğal ürünler, ürünlerin formülünü geliştirenler açısından da sıklıkla sorun oluşturuyor.

**“Non-comedogenic”:** Etiketinde bu şekilde nitelendirilen ürünlerin içinde, derideki gözeneklerin tıkanmasına neden olabileceği bilinen maddeler bulunmaz.

**“Parabenler” (“metilparaben”, “profilparaben” ve “bütilparaben”):** Kozmetik ürünlerinde en sık kullanılan koruyucu maddelerden biri. Genellikle şampuanlarda, fondötenlerde, yüz mas-

kelerinde, saç bakımı ürünlerinde, tırnak kremlerinde ve saçlara kalıcı dalgı veren ürünlerde kullanılıyor.

**“Propilen glikol”:** Kozmetiklerde, suyun yanı sıra en sık kullanılan nem taşıma aracı.

**“Cruelty free” ya da “Not tested on animals”:** Ürünün hayvanlar üzerinde denenmemiş olduğu anlamına gelir. Bu terimlerle ilgili de yasal bir düzenleme olmadığı için, üreticiler bu ibareleri diledikleri gibi kullanabiliyorlar. Kimi üretici firmalar, hammadde sağlayıcılarına güvenirlere ya da ürünlerinin ya da içerdiklerinin güvenli olduğunu kanıtlamak için gereken hayvan testlerini yapacak laboratuvarlarla anlaşır. Kimi üreticilerse bilimsel literatüre, ham madde güvenlik testlerine ve kontrollü insan deneylerine güvenirlere. Kozmetik üretiminde kullanılan hammaddelerin çoğu, kullanımlarına ilk başladığı zamanlarda hayvanlar üzerinde denenmiştir. Kozmetik üreticileri, bu sözü tutabilmek için, ürünlerinde yalnızca “günümüzde” hayvanlar üzerinde denenmemiş maddeleri kullanabilirler.

**“Alcohol free”:** Alkol içermez. Kozmetik ürünlerin etiketindeki “alkolsüzdür” terimi, ürünün içinde etil alkol bulunmadığı anlamına gelir. Ancak, bu ürünlerin içinde setil, stearyl ya da lanolin alkol bulunabilir. Yağ alkollerini olarak bilinen bu ürünlerin cilt üzerindeki etkisi etil alkolün etkisinden çok farklı. İzopropil alkolse kozmetik ürünlerinde ender olarak kullanılıyor.

Kozmetik ürünlerinde kullanılan etil alkol, alkollü içeceklerde kullanılmasını önlemek amacıyla, içecek niteliğini yok eden denatürizasyon işleminden geçirilir. Denatürize edilmiş etil alkol, kozmetik ürünlerin içerik listesinde “Alcohol Denat” ya da “SD Alcohol” ifadesi ve yanındaki bazı kodlarla gösterilir (örneğin, “SD Alcohol 23-A”, “SD Alcohol 40” gibi).

## Aslı Zülâl

- Kaynaklar**  
Begoun, P. “Don't go to the cosmetics counter without me” Beginning Press, 2001, 5. Basım  
Çelebi, C. R. “Türkiye kozmetik çöplüğüne dönüşebilir” (Online Kozmetoloji Dergisi) <http://www.dermaneturk.com/okd/say/322004/basyazi.asp>  
Çelebi, C. R. “Türk toplumunda kozmetik tüketici davranışları” (Online Kozmetoloji Dergisi) <http://www.dermaneturk.com/okd/say/312004/basyazi.asp>  
“Antiperspirants/deodorants and breast cancer” National Cancer Institute, [http://www.cis.nci.nih.gov/fact/3\\_66.htm](http://www.cis.nci.nih.gov/fact/3_66.htm)  
“Cosmetic ingredients: understanding the puffery” (US Food and Drug Administration) <http://www.fda.gov/fdac/reprints/puffery.html>  
“Cosmetic labelling” (US Food and Drug Administration) <http://vm.cfsan.fda.gov/~dms/cos-lab.html>  
“Cosmetic safety: more complex than a first blush” (US Food and Drug Administration) <http://www.cfsan.fda.gov/~dms/cos-safety.html>  
“Over-the-counter wrinkle creams: miracle or marketing myth?” (Mayo Clinic) <http://www.mayoclinic.com/invoke.cfm?id=SN00010>  
“Putting on a good face - the chemistry of cosmetics” (Australian Academy of Sciences) <http://www.science.org.au/now/083/083key.htm>  
<http://www.aad.org/public/> (American Academy of Dermatology)