مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية

**اسم المقال:** الآثار الاقتصادية لأدوات الزينة ومستحضرات التجميل دراسة ميدانية
**اسم الكاتب:** د. فراس أحمد الصالح
**رابط ثابت:** https://political-encyclopedia.org/library/795
**تاريخ الاسترداد:** 2025/05/10 00:05 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على
info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والسياسية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

# الآثار الاقتصادية لأدوات الزينة ومستحضرات التجميل
# دراسة ميدانية

د. فراس أحمد الصالح*


## الملخص

يشكل المحور الأساسي لهذه الدراسة الآثار الاقتصادية الناشئة عن استعمال النساء أدوات الزينة ومستحضرات التجميل، الذي أصبح الاستثمار في هذا المجال من المشاريع المربحة؛ نظراً إلى الإقبال المتزايد على أسواقها. وقد انطلقت الدراسة من مجموعة من الأساسيات والمرتكزات التي وضعها الإسلام عن مفهوم الزينة ومظاهرها، والضوابط الشرعية التي وضعها لزينة المرأة، كما بيّنت الحكم الشرعي لبيع أدوات الزينة ومستحضرات التجميل، والأسباب التي تدفع المرأة في المجتمعات العربية إلى استعمال مستحضرات التجميل، والآثار الاقتصادية الناشئة عن استعمالها، على صعيد الأسرة، والمجتمع المحلي، والدولي. ولتحقيق أهداف البحث عبر دراسة ميدانية شملت مجموعة من النساء، ومن مختلف الأعمار، ومن شرائح المجتمع كافةً، إعداد استبيان اشتمل على مجموعتين من الأسئلة التي تخدم موضوع البحث، واتبع الباحث في دراسته المنهج الاستقرائي، والمنهج التحليلي الوصفي لنتائج الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها؛ غالبية النساء تستعمل مستحضرات التجميل ذات الجودة العالية، وتبحث عن البديل في حالة عدم توافره.


* جامعة بلاد الشام للعلوم الشرعية – كلية الشريعة والقانون – قسم الاقتصاد الإسلامي

# The economic effects of toiletry and cosmetic products (Empirical Study )

**Dr. Firas Ahmed Al-Saleh***

## Abstract

The main focus of this study is the economic effects arising from the use of women's toiletries and cosmetics, which has become an investment in this area of profitable projects; Due to the increasing demand on its markets. Where the study started from a set of basics and foundations that Islam developed around the concept of adornment and its manifestations, and the legal controls that it set for adorning women, as it showed the legal ruling on selling toiletry and cosmetic products, the reasons that drive women in Arab societies to use cosmetics, and the economic effects arising from their use , At the family, community and international levels. To achieve the goals of the research through a field study that included a group of women, from all ages, and from all segments of society, a questionnaire was prepared that included two sets of questions that serve the subject of the research, and the researcher followed in his study the inductive approach and the descriptive analytical approach to the results of the questionnaire, and the study reached to A set of results, the most important of which are: Most women use high-quality cosmetics and are looking for an alternative if it is not available.

* Bilad Al-Sham University for Sharia Sciences - College of Sharia and Law - Department of Islamic Economics

**بسم الله الرحمن الرحيم..**

**المقدمة:**

الحمد لله رب العالمين الذي أخرج عباده من الظلمات إلى النور، وأفضل الصلاة وأتم التسليم على من بعث رحمة وهدى للعالمين.

في الوقت الذي نجد فيه أنَّ أغلب البلاد الإسلامية تعاني من أزمة غذائية وانتشاراً للفقر والجوع، نجد أنَّ هناك إقبالاً كبيراً على أدوات الزينة ومساحيق التجميل باختلاف أنواعها، ونظراً إلى الكثافة السكانية في البلاد الإسلامية، التي تتوزّع على مساحة جغرافية واسعة يؤدي المناخ دوراً كبيراً في التأثير في لون البشرة وشكلها؛ لذلك شهدت أسواق الزينة، ومساحيق التجميل إنفاقاً كبيراً من دخول الأفراد.

**أولاً: أهمية البحث:**

تشكل الزينة والجمال هاجساً لكل فتاة وامرأة تسعى للحصول عليه، أو المحافظة على الجمال التي خُلقت عليه. ولهذا نجد النساء – على مختلف أعمارهن – يتسابقن إلى صالات التجميل، وشراء مستحضرات الزينة، ويمضين الأوقات الطوال خلف المرآة ليضعن المساحيق على وجههنَّ لأسباب متعددة؛ فقد يكون الدافع وراء ذلك الحصول على زوج، أو لفت انتباه زوجها لكيلا ينظر إلى غيرها من النساء، أو لكي تبدو الأجمل بين نساء المجتمع، أو للحصول على عمل في ظل مجتمع ألغى المعايير العلمية في اختيار أصحاب الوظائف وأصبح الشكل الظاهري هو المعيار في ذلك. ومهما كان الدافع وراء الحصول على الجمال، فإنَّ الحصول على مثل هذه المستحضرات، وأدوات الزينة تحتاج إلى نفقات أصبحت ملازمة للنفقات التي تحتاجها الأسرة من ملبس ومأكل.

**ثانياً: أهداف البحث:**

هَدَفَتْ هذه الدراسة إلى إبراز الآثار الاقتصادية الناجمة عن استعمال أدوات الزنية ومستحضرات التجميل، سواء على صعيد الأسرة، أو على المستوى الكلي المتمثل في الاستيراد والاستثمار في مجال منتجات التجميل على حساب السلع والمنتجات اللازمة لتطوير الاقتصاد ودعمه.

**ثالثاً: مشكلة البحث:**

في الوقت الذي كانت فيه مستحضرات التجميل وأدوات الزينة تضعها نساء طبقات الأثرياء – في العصور الوسطى–؛ لتتميز عن نساء الطبقات الفقيرة التي تستعمله على نطاق محدود، خاصة في المناسبات والأعياد، فإنَّنا نرى اليوم أنَّ أدوات الزينة أصبحت ظاهرة عامة تتنافس فيها النساء، ولم يعد حكراً على الأغنياء، فتتجسد مشكلة البحث في دراسة ظاهرة الآثار الاقتصادية على الفرد والمجتمع لاستعمال مستحضرات التجميل، وأدوات الزينة؛ لتحقيق رغبة آنية، وإنفاق الجزء الأكبر من دخل الأسرة عليه، وفي الوقت التي تشتكي الأسر من الحاجة وقلة ذات اليد، وكذلك نجد بأنَّ كثيراً من الدول الإسلامية تعاني من الفقر، وعدم وجود مشاريع حيوية تنموية، إلَّا أنَّها تنفق جزءاً كبيراً من ميزانياتها على أدوات الزينة ومستحضراتها.

**رابعاً:**

أ- **منهج البحث:** من أجل الوصول إلى أهداف البحث فإنَّ المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج التحليلي الوصفي، والمنهج الاستقرائي.

ب- **مجتمع الدارسة:** تمثَّل مجتمع الدراسة في مدينة دمشق في الجمهورية العربية السورية.

ت– **عينة الدارسة:** في سبيل تحقيق أهداف الدراسة اختيرت العينة من المدرسات العاملات في قطاع التربية، دون تحديد للعمر، إذْ شملت الدراسة مدرسات حديثات التعيين، ومدرسات على أبواب التقاعد، وبلغ عدد العينة المنتقاة عشوائياً مئة مدرسة من شرائح المجتمع كافةً؛ لحساب النسبة المئوية حساباً دقيقاً، إذْ وُزِّعَتْ أوراق الاستبيان عليهن واِسْتُرِدَتْ كاملة.

**خامساً: الدراسات السابقة:** تعدُّ هذه الدراسة من حيث المنهج الذي سارت عليه هي الأولى، حيث تناولت هذا الدراسة الآثار الاقتصادية للزينة، والأموال التي تنفق عليها، وهذه لا توجد فيه دراسات سابقة التي تتناول زينة المرأة، وأذكر من هذه الدراسات:

**1. أحكام زينة وجه المرأة في الفقه الإسلامي:** نقاء عماد عبد الله ديك، رسالة ماجستير جامعة النجاح الوطنية في نابلس، تحدثت فيها عن تعريف الزينة وحكمها وضوابطها، وتزيين الوجه بالأصباغ والحلي، وتزيين الوجه بإزالة الشعر والتعديل، حكم بعض والوسائل الحديثة في تزيين الوجه.

**2. أحكام الزينة:** عبير علي المديفر، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، أطروحة دكتوراه، تناولت هذه الدراسة تعريف الزينة، وضوابطها، وزينة الزوجين للآخر، وزينة الشعر للرجل والمرأة وأحكامها، وزينة البدن، والتحلي.

**3. أحكام مستحضرات التجميل دراسة فقهية:** ياسر الدوسري، تناولت الدراسة مفهوم الزينة والجمال، والنظرة الذاتية للمستحضر من الحرمة أو عدمها، والنظرة المآلية للمستحضر المتعلقة بالأضرار الصحية المترتبة على استخدام المستحضر، والنظرة المقاصدية للمستحضر المتمثلة في الغاية من استخدامه.

ونلاحظ أنَّ هذه الدراسات اقتصرت على الجوانب الفقهية، ولم تتناول الآثار الاقتصادية المترتبة على هذه الزنية، التي تم تناولها في هذه الدراسة.

**سادساً: حدود البحث:** دراسة الآثار الاقتصادية الناجمة عن استعمال النساء لأدوات الزينة ومستحضرات التجميل.

**سابعاً: خطة البحث:** جاءت هذه الدراسة في مقدمة، وستة مطالب وخاتمة، على الشكل الآتي:

تضمنت المقدمة أهمية البحث، وأهداف البحث، ومشكلة البحث، ومنهج البحث، والدراسات السابقة وخطة البحث.

أمَّا مطالب البحث فهي:

المطلب الأول: الزينة ومظاهرها في الإسلام.

المطلب الثاني: ضوابط الزينة في الإسلام.

المطلب الثالث: حكم بيع أدوات الزينة.

المطلب الرابع: أسباب استخدام مستحضرات التجميل..

المطلب الخامس: الآثار الاقتصادية لاستعمال أدوات التجميل.

المطلب السادس: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة.

وتضمنت الخاتمة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

**المطلب الأول: الزينة ومظاهرها في الإسلام**

**أولاً: مفهوم الزينة:**

الزِّينة اسم جامع لكل ما يتجمل به، والزينة: ما يتزين به[1]. فالزينة تدلُّ على حسن الشيء وتحسينه، كما تطلق على كل ما يتزين به الإنسان؛ من لباس ونحوه، وهذا ما أشار إليه القرآن في قوله تعالى: " يا بني آدم خذوا زينتكم عند كل مسجد". [ سورة الأعراف/ 31].

فالجمال هو ظرف مثالي متناسق تَحسُ به العين أو الأذن وتراه شيئاً سوياً مرغوباً فيه [2]. وقد أشار القرآن الكريم إلى هذه الصورة عندما تحدث عن زينة السماء والأرض، قال تعالى:

---

[1] لسان العرب، محمد بن منظور، 202/13، فصل (الزاي)، ط3: 1414هـ، دار صادر لبنان.

[2] مجلة الوعي الإسلامي، د. وجيه زين العابدين، بعنوان: الفاحشة والأمراض، ص 94، العدد 140، 1976م.

"إنّا زينا السماء الدنيا بزينة الكواكب" [ الصافات/ 6]، وقال تعالى: " إنا جعلنا ما على الأرض زينة لها" [ الكهف/ 7].

فالزينة: هي كل ما يتزين به الإنسان مِمَّا يُكسبه جمالاً وحُسناً[1].

ويمكن صياغة تعريف للزينة:

الزينة: اسم جامع لكل مادة أو مستحضر يوضع على أعضاء الإنسان، بهدف الحفاظ على البشرة، أو تغيير كلي في مظهرها الخارجي، أو تصحيح في جزء من البشرة، أو لتكسبه جمالاً.

**ثانياً: مظاهر الزينة:**

إن استقراء ما كتبه السلف الصالح عن الزينة نجد أنَّ الإسلام قد أباح الزينة للمرأة إلَّا أنَّه لم يطلق لها الحرية في اختيار مظاهرها، بل حدَّدها في مجموعة من المظاهر التي تحافظ على شخصية المرأة المسلمة، وتكسبها الوقار والهيبة، فكان الواجب على المرأة المسلمة أن تكون حافظة لشرع الله، بالتزام ما أمرها الله به من مظاهر الزينة التي أباحها لها، وهي كالآتي:

**أولاً: اللباس:** ويُعدُّ اللباس من أهم مظاهر الزينة التي أباح الإسلام للمرأة أن تتزين به، واللباس في الإسلام يعبر عن شخصية من ترتديه، ويحفظها من الأذى والابتذال، فاللباس لا نعني به ذلك الشكل الظاهري الذي ترتديه المرأة بل هو قيم أردها الله أن تترسخ لدى كل أنثى، قال تعالى: " يا بني آدمَ قدْ أنْزلنا عَلَيكُم لباساً يُوارِي سَوْآتِكم ولباس التَّقوى ذلك خيرٌ" [ سورة الأعراف /26]. ولمَّا كان اللباس يشكل المظهر الخارجي للمرأة، فقد وضع الإسلام مجموعة من الضوابط لهذا اللباس، ومن أهمها:

**1.** أن يكون ساتراً لجسم المرأة جميعه، على خلاف بين الفقهاء في إظهار الوجه والكفين. والدليل على ذلك قوله تَعَالَى:" يا أيُّها النَّبيُّ قُلْ لأزواجِك وَبَنَاتَكَ ونساءِ المُؤمِنِينَ يُدنِينَ عَلَيهنَّ من جَلَابِيبِهنَّ" [ سورة الأحزاب/ 59]. والجلباب هو الثوب الساتر للبدن

[1] موسوعة الفقه الإسلامي، محمد بن إبراهيم التويجري،86/4، ط1: 1430هـ – 2009م، بيت الأفكار الدولية.

جميعه، أمَّا طريقة إرخائه فهي أن تشدَّ المرأة جلبابها فوق رأسها بحيث لا يظهر منها إلَّا عين واحدة[1].

**2.** أن يكون فضفاضاً، فاللباس الشرعي يجب ألا يكون ضيقاً ملتصقاً بالبشرة، يصفها ويجسمها، وألا يُظهر مفاتنها، فلا يكون ملتصقاً بالجسم؛ بل يجب أن يكون واسعاً فضفاضاً.

**3.** أن يكون سميكاً لا يشف ما تحته من الثياب، فقد يكون الثوب الظاهري التي ترتديه المرأة يستر بدنها جميعه؛ ألَّا أنَّه يشف ما تحته من الثياب التي تثير مفاتن المرأة وتلفت انتباه الرجال. وهذا ما نجده في توجيه النبي صلى الله عليه وسلم لأسماء بنت أبي بكر عندما دخلت عليه وهي ترتدي ثياباً رقيقة فقال لها: "يا أسماء إنَّ المرأةَ إذا بلغتِ المحِيض لم يصلح أن يرَى منها إلا هذا وهذا وأشار إلى وجهِه وكَفَّيه"[2].

**4.** الابتعاد عن التشبه بالرجال، فتعاليم الإسلام تنهى عن تشبه الرجال بالنساء، والنساء بالرجال سواء بالمظهر، أو باللباس؛ لما فيه من تغييرٍ لخلقِ الله، ومخالفة لصفة اللباس الشرعي الصحيح؛ للحديث الوارد عن عبدالله بن عباس – رضي الله عنه– قال: " لعنَ رسول اللَّه صلَّى اللَّهُ عليه وسلَّم؛ المتشبِّهات بالرجال من النِّساءِ والمتشبِّهين بالنِّساء من الرِّجال[3]". وتشبه النساء بالرجال بأن تلبس من لباسهم الذي ميزهم الله به كالعمائم، والبنطال، والقميص، وكذلك التشبه بأفعالهم؛ لأنَّه تغير لخلق الله[4]. فقد جعل الله تعالى الرجال قوامين على النساء، فتشبه النساء بالرجال يبطل هذا التميز. ولكن إذا

---

[1] تفسير الطبري، محمد بن جرير الطبري،20/ 324، ط1: 1420هـ، تحقيق: أحمد شاكر، مؤسسة الرسالة.

[2] سنن أبي داود، كتاب اللباس، باب: ما تبدي المرأة زينتها، رقم: (4104)، 4 /62. وقال أبو داود: هذا مرسل، خالد بن دريك لم يسمع من عائشة.

[3] سنن الترمذي، أبواب الأدب، باب: ما جاء بالمتشبهات بالرجال من النساء، رقم: (2784). وقال أبو عيسى: حديث حسن صحيح، 4/ 402.

[4] عمدة القاري شرح صحيح البخاري، محمود العيني، 22/ 41 ، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د. ت.

نظرنا اليوم إلى شوارعنا نكاد لا نميز المرأة من الرجل فقد أصبحت المرأة تنافس الرجال في ملابسهم فلا يردعها دين ولا حياء.

**5** . الابتعاد عن المباهاة والخيلاء، فالإسلام نهى عن الإسراف قال تعالى:" يا بني آدمَ خُذوا زِينَتكُم عندَ كلِّ مَسجدٍ وكلوا واشربوا ولا تُسرِفوا"[ الأعراف /31 ]. يقول محمد بن الحسن في بيان نهي النبي صلى الله عليه وسلم عن الشهرتين: " والمراد – بالشهرتين– أن يلبس نهاية ما يكون من الحسن والجودة في الثياب على وجه يشار إليه بالأصابع، أو يلبس نهاية ما يكون من الثياب الخَلِق، على وجه يشار إليه بالأصابع فأحدهما يرجع إلى الإسراف والآخر يرجع إلى التقتير، وخير الأمور أوسطها"[1]. فالتفاخر والتَّكلُّف باللباس حرام؛ لأنَّه من المخيلة التي نهى عنها الشارع؛ لأنَّه يؤذي الفقراء والمحتاجين الذين لا يجدون ما يلبسون.

**6**. ألَّا يكون اللباس زينة في نفسه، وذلك بأن تختار المرأة من الثياب التي تحمل الألوان الجذابة التي تجذب أنظار الرجال إليها.

**ثانياً: الحلي:** ويتناول الذهب والفضة واللؤلؤ والألماس، والأحجار الكريمة كلّها التي تضفي على المرأة الجمال والحُسن، وسواء زُيِّنَتِ الرقبة، أم اليدان، أم الأصابع، أم الرأس بشرط ألا تكون هذه الزينة ظاهرة لمن يحرم عليها عملاً بقوله تعالى: " والقواعدُ مِن النساءِ اللاتي لا يَرجُون نِكاحاً فليس عَليهِنَّ جُناحٌ أن يَضَعنَ ثِيابهُن غَيرَ مُتَبرِّجاتٍ بِزينةٍ وإن يَسْتَعففنَ خَيرٌ لَهُنَّ واللهُ سميعٌ عليمٌ" [ سورة النور /6]. فهذه الآية تدلُّ على أنَّه ينبغي للمرأة ألَّا تظهر شيئاً من زينتها للأجانب، يقول النووي: " أجمع المسلمون على أنَّه يجوز للنساء لبس أنواع الحلي من الفضة والذهب جميعاً؛ كالطوق، والعقد، والخاتم، والسوار، والخلخال، .... ولا خلاف في شيء من هذا"[2]

---

[1] الكسب، محمد بن الحسن الشيباني، ص83، تحقيق: سهيل زكار، ط1: 1400هـ، الناشر: عبد الهادي حرصوني، دمشق.

[2] المجموع شرح المهذب، يحيى بن شرف النووي، 4/ 443، بلا تاريخ، بلا طبعة، دار الفكر.

**ثالثاً: الطيب:** أباح الإسلام للمرأة أن تتطيب في اللباس والبدن؛ لأنَّ ذلك من باب زرع المودة والتآلف بين الزوجين، ولكن ما يجب الانتباه إليه ألا تخرج من بيتها ورائحة التطيب تفوح منها؛ لأنَّ ذلك يجذب انتباه الرجال إليها، فقد روي عن النبي صلى الله عليه وسلم أنَّه قال: " إيُّما امرأة استعطرت فمرت على قوم ليجدوا ريحها فهي زانية " [1]. وليس المراد هنا حقيقة الزنى، بل هي كالزانية في الإثم، فقد يكون الرجال منشغلين بأعمالهم، فعندما تمر بهم امرأة ورائحة الطيب تفوح منها تجذب انتباههم تلك الرائحة فتلاحقها نظرات الرجال[2].

**رابعاً: الكحل:** وهي من الزينة التي أباح الإسلام للمرأة أن تتزين بها داخل البيت وخارجه، على رأي بعض أهل العلم – ابن عباس ومجاهد وعطاء وابن عمر رضي الله عنهم–؛ لأنَّه من الزينة الظاهرة[3]، التي أشار إليها القرآن بقوله تعالى: " ولا يبدين زينتهن إلَّا ما ظهر منها" [ سورة النور/31]. ومن الملاحظ أن الآية جاءت بصيغة " إلَّا ما ظهر منها" فالضمير عائد إلى الزينة، أي ما ظهر منها وكان هناك حرج في سترها. ويُعد الكحل فضلاً عن كونه مادة زينة له فوائد في حفظ صحة العين، وتقوية النور، وخاصة الإثمد، قال صلى الله عليه وسلم:" ... خير أكحالكم الإثمد، يجلو البصر، وينبت الشعر"[4].

**خامساً: الخضاب:** وهو جعل الحناء في اليدين والرجلين وهو يكسب المرأة زينةً وجمالاً، وقد دلت السنة على جواز الخضاب بالحناء تميزاً للمرأة عن الرجال، بدليل ماروته السيدة عائشة رضي الله عنها:" أن امرأة مدت يدها للنبي صلى الله عليه وسلم فقبض يده.

---

[1] مسند الإمام أحمد بن حنبل، 32/ 483، ط1: 1421هـ،تحقيق: شعيب الأرنؤوط –عادل مرشد، مؤسسة الرسالة. قال الحاكم: صحيح الأسناد ولم يخرجاه، المستدرك على الصحيحين، محمد بن عبد الله النسابوري،2 /430، ط1: 1411هـ، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت.

[2] مراعاة المفتاح شرح مشكاة المصابيح، عبيد الله المباركفوري، 3/ 508 ، ط3: 1404هـ، إدارة البحوث العلمية والدعوة، الهند.

[3] أحكام القرآن، أحمد بن علي الجصاص، 3/ 408، ط1: 1415هـ، تحقيق: عبد السلام شاهين، دار الكتب العمية، بيروت.

[4] سنن أبي داود، كتاب الطب، باب في الأمر بكحل، رقم: (3878)، 8/4. سنن النسائي، كتاب الزينة، باب : الكحل، رقم: (5113)، 8/ 149. سنن الترمذي، باب ما جاء في السعوط وغيره، رقم: (2048)، قال أبو عيسى: هذا حديث حسن غريب لا نعرفه إلا من هذا الوجه، 3 / 457.

فقالت: يا رسول الله مددت يدي إليك بكتاب فلم تأخذه. فقال: إنّي لم أدر أيد امرأة أم رجل. قالت: بل يد امرأة. قال: لو كنتِ امرأة لغيرت أظافرك بالحناء"[1].

**سادساً: وسائل التجميل الحديثة:** فيباح للمرأة أن تتزين لزوجها بكل ما يرغِّبه فيها من المساحيق والأصبغة الحديثة، ومن أهم هذه المستحضرات برايمر وهو مستحضر يستعمل لترطيب البشرة، وإغلاق المسامات بشكل مؤقت مما يقلل إفراز الدهون، وكريم الأساس يشكل الطبقة الأساسية للمكياج، ويوحد لونها، وكونسيلر– مصحح العيوب– الذي يقوم بإخفاء عيوب البشرة، وبودرة الوجه التي توضع فوق كريم الأساس والكونسيلر لتثبيته وجعله يدوم مدة أطول، وأحمر الخدود الذي يمنح الخدود إشراقةً وتألق، وظلال العيون– الآيشدو– الذي يمنح العين شكلاً مميزاً، والماسكارا التي تمنح الرموش طولاً وكثافةً ومحدد وملمع الشفاه[2].

فالإنسان يسعى لأن يجد لنفسه الحماية من المؤثرات الخارجية، والجلد هو خط الدفاع الأول. فبقدر ما تكون عنايتنا بالجلد بقدر ما نفيد من قواه الدفاعية، ومن المؤسف أنَّ المَدَنية الحديثة تتعرض لهذه القوى الدفاعية بالأذى عن طريق الإسراف في استعمال أدوات التجميل[3].

**سابعاً:** أن تكون الزينة أمام الزوج والمحارم: والحكمة من الزينة أمام الزوج؛ لزيادة الألفة والمودة بينهما. أمَّا بقية المحارم من الآباء، والأبناء، والإخوة وأبناء الأخوة ... وغيرهم من محارمها؛ فإنَّ الضرورة تدعو إلى المداخلة، والمخالطة، إذْ يكثرون من الدخول عليهن، والنظر إليهن بسبب القرابة، والفتنة مأمونة من جهتهم[4].

---

[1] سنن أبي داود، كتاب الترجل، باب الخضاب للنساء، رقم: (4166)،4/ 77. سنن النسائي، كتاب: الزينة، باب: الخضاب للنساء، رقم: (5089)، 8 /142. قال أحمد في العلل: حديث منكر، التلخيص الحبير في تخريج أحاديث الرافعي الكبير، أحمد بن حجر العسقلاني، 2/ 453، ط1: 1416هـ تحقيق: حسن قطب، مؤسسة قرطبة– مصر.

[2] https://ar.wikipedia.org/wiki أنواع مستحضرات التجميل

[3] مجلة الوعي الإسلامي، ص 94.

[4] روائع البيان تفسير آيات الأحكام، محمد علي الصابوني، 2/ 160، ط3: 1400هـ، مكتبة الغزالي، دمشق.

**المطلب الثاني: ضوابط الزينة في الإسلام**

نظراً إلى أنَّ الزينة والجمال هو أمر فطري يستهوي الأفئدة، وتطيب به العيون، والفاقد لهذا الشيء يسعى لاكتسابه بما هو متاح لديه من الوسائل، استجابة لقوله تعالى: " يا بني آدمَ خُذُوا زِنتكم عند كل مسجد" [سورة الأعراف/31]. نظراً إلى أنَّ الإسلام هو دين الفطرة فقد أقر هذا الأمر وحضَّ عليه بالحدود التي تتفق مع مبادئه وتشريعاته، ولكي لا يخرج موضوع الزينة عن دائرة المشروعية فقد وضع الإسلام لها مجموعة من الضوابط، نذكرها فيما يأتي:

**أولاً: ألَّا تكون هذه الزينة محرمة في ذاتها:** فإذا كانت الزينة مباحة في الإسلام، إلَّا أنَّه يجب ألا تكون محرمة في ذاتها، فيجب على المرأة المسلمة التزين بما أحله الإسلام لها، فلا يجوز مثلاً استخدم أجزاء الخنزير ومستخلصاته في الزينة، كما لا يجوز استخدام الرسوم على الوجه، والكفين، والجسم عن طريق الوشم، أو وصل الشعر واستخدام الباروكة، عملاً بقوله صلى الله عليه وسلم: " لعن الله الواصلة والمستوصلة والواشمة والمستوشمة" [1]. فالوصل حرام سواء كان شعر رجل أو امرأة؛ لأنَّه يحرم الانتفاع بشعر الآدمي تكريماً له. أمَّا إن كان الوصل بغير شعر آدمي فإن كان شعراً نجساً وهو شعر الميتة وشعر ما لا يأكل في حياته فهو حرام أيضاً. أمَّا الوصل بالشعر الطاهر ففيه ثلاثة أوجه؛ الوجه الجائز منها هو أن يكون الوصل بإذن الزوج، وإلَّا فلا يجوز[2]. ولابدَّ من ملاحظة أن تحريم الزينة التي يكون أثرها باقياً ولا يزول مما يجعل الزينة تبدو وكأنَّها من أصل الخلقة؛ لأنَّه من باب تغيير خلق الله تعالى، وفيه تلبيس وتغرير بالناس. أمَّا إن كانت الزينة مما يزول أثرها ولا يدوم طويلاً كالحناء وأحمر الشفاه وغيرها، فلا يكون داخلاً في النهي عند جمهور العلماء.[3]

---

([1]) صحيح البخاري، كتاب: اللباس، باب الوصل في الشعر، رقم: (5937)، 7/ 166.

[2] المنهاج شرح صحيح مسلم، يحيى بن شرف النووي، 103/14، ط2: 1392هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

[3] الكوكب الوهاج شرح صحيح مسلم، محمد الأمين بن عبد الله الأُرمي، 21/ 505، ط1: 1430هـ، دار المنهاج.

**ثانياً: صدق النية:** وهذا أصل في الأعمال جميعها التي يقوم بها الإنسان، بأن يكون عمله خالصاً لوجه الله تعالى قاصداً ما شرعه لأجله، والقصد في الزينة تظهر عبر إظهار التآلف بين الزوجين، وجذب الزوج لها؛ لأنَّه كما ذكرنا الإنسان مفطور على حب المظهر الحسن الذي يسره بالنظر إليه؛ والمرأة بزينتها تسر زوجها بحسنها وجمالها، ويحصل تلذذ وكسر الشهوة، ودفع الزنا[1]، وهذا ما بيّنه النبي صلى الله عليه وسلم عندما قال: " ألَّا أخبركم بخير ما يكنز المرء؟ المرأة الصالحة، إذا نظر إليها سرته، وإذا أمرها طاعته، وإذا غاب عنها حفظته[2]". فهذا يدلُّ على أنَّ المرأة التي تترك الزينة المباحة، وتُنَفِر زوجها منها تكون آثمة لترك العمل المطلوب منها القيام به وهو الزينة.

**ثالثاً: ألا يسبب أضراراً صحية:** قد ينجم عن استخدام أدوات الزينة والتجميل أضراراً صحية، تؤثر في المرأة نتيجة التركيبات الكيمائية التي قد تتفاعل مع المواد الدهنية والزيوت التي تدخل المسامات مِمَّا يسبّبُ التهابات وحساسية للبشرة. يقول الدكتور ماجد البيار استشاري في الأمراض الجلدية: "إنَّ كل المستحضرات مكونة من مواد كيمائية ذات تأثيرات ضارة في بعض المستعملين لها، إمَّا بالتأثير المباشر المهيج للجلد، أو الاستجابة غير العادية لبعض أنواع الجلد لهذه المواد، وخاصة المصابين بالحساسية الجلدية، أو التأثير الضار لأشعة الشمس التي يكون لها الأثر الكبير في وجود هذه المواد على السطح [3]. وبناءً على هذا فكل زينة يترتب عليها أضرر صحية على المرأة فإنَّها يحرم استعمالها؛ لأنَّها من نوع الإلقاء بالأيدي إلى الهلاك، والشارع أمرنا بالابتعاد عن كل ما يسبب الهلاك، قال تعالى: " ولا تُلقُوا بأيدِيكُم إلى التَهلُكَة" [ سورة البقرة/ 195].

**رابعاً: ألَّا تكون هذه الزينة تجذب انتباه الرجال الأجانب:** فقد تستعمل بعض النساء الزينة لتجذب أنظار الرجال، كما في استعمال العطر والخروج من المنزل، الذي تجذب ريحه

---

[1] شرح مصابيح السنة للإمام البغوي، محمد بن عز الدين ابن المَلَك، 2/ 408، تحقيق: لجنة من المختصين، ط1: 1433هـ، إدارة الثقافة الإسلامية.

[2] سنن أبي داود، كتاب: الزكاة، باب: في حقوق المال، رقم: (1664)، 97/3. قال الحاكم: وهذا الحديث صحيح على شرط الشيخين ولم يخرجاه، المستدرك، 567/1.

[3] (https://forum.sedty.com/t553801.htm)

الأنظار إليها. ولهذا حدَّدَ النبي صلى الله عليه وسلم صفة زينة المرأة بأنَّ لها لوناً ولا ريحاً لها، إذْ قال:" ألا وطيب الرجال ريح لا لون له، ألا وطيب النساء لون لا ريح له"[1].

وقد شاع في هذا العصر بعض الأمور التي تثير انتباه الرجال في زينة المرأة؛ كما في لبس الكعب العالي الذي يصدر الأصوات في أثناء المشي على غرار ما كانت تفعله النساء في الجاهلية في لبس الخلخال والضرب به على الأرض ليصدر الأصوات لتثير انتباه الرجال، فالمرأة المسلمة مطالبة بالابتعاد عن ضرب الأرض بحذائها الذي يصدر الأصوات، استجابة للنهي الوارد في قاله تعالى: " ولا يَضْربنَ بِأرجُلِهِنَ لِيُعْلَمَ ما يُخفِينَ مِن زِينَتِهِنَّ" [ سورة النور/ 31 ].

**المطلب الثالث: حكم بيع أدوات الزينة والتجميل**

لا يمكن إطلاق القول بجواز بيع أدوات الزينة والتجميل أو حرمتها، فعموم النصوص قد يستدل بها على الجواز، كما في قوله تعالى: " وأحل الله البيع وحرم الربا" [ سورة البقرة/ 275]. فهذه مطلقة في أنواع البيوع جميعها، فتكون أدوات التجميل والزينة داخلة في مضمون هذه الآية، فلا يصح التقيد إلَّا بدليل، إلَّا أنَّ المتتبع لمكونات أدوات الزينة وخصائصها، وطرائق استعمالها، يجد أنَّها في بعض حالاتها تخرج عن البيع المباح الذي نصت عليه الآية. ولبيان ذلك نفصل في حالات بيع أدوات الزينة والتجميل كالآتي:

**أولاً- مواد التجميل التي يدخل في تكوينها مواد محرمة:** لا يجوز بيع أدوات الزينة التي تُرَكَب من المواد المحرمة شرعاً؛ كالمواد التي يحتوي تركيبها الصناعي على أجنة حيوانية كالخنزير، وأجزاء من الميتة، وكذلك أنواع العطورات التي يدخل في تركيبها الكحول المسكرة. إذ إن القاعدة الشرعية تقول: "إذا حرم الله الانتفاع بشيء حرم الاعتياض عن تلك المنفعة"[2]، فهذه الأعيان المذكورة يحرم الانتفاع بها، للأدلة الشرعية الواردة في تحريمها، كقوله تعالى: " قُل لَا أجدُ في ما أوحِي إلي مُحرماً على طَاعِمٍ يَطعَمُهُ إلَّا أن تكون مَيْتَة أو

[1] سنن أبي داود، كتاب: اللباس، باب: من كرهه، رقم: (4048) 48/4. قال الحاكم: صحيح الأسناد ولم يخرجاه، المستدرك: 211/4.

[2] القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د. محمد الزحيلي،829/2، ط1: 1429هـ، دار الفكر، دمشق.

دماً مَّسْفُوحاً أو لَحْمَ خِنزِيرٍ فإنه رِجْسٌ" [ سورة الأنعام/ 145]. فهذه الآية تدل على حرمة الانتفاع بها، أمَّا الدليل على حرمة البيع فهو قوله صلى الله عله وسلم: "قاتل الله اليهود إن الله لما حرم شحومها جملوه، ثم باعوه، فأكلوا ثمنه[1]".

وانطلاقاً من هذه الأدلة وغيرها أجمع العلماء[2] على تحريم الانتفاع بشحوم الميتة والخنزير والأدهان المتنجسة سواء دخلت في أكل الآدمي أو في دَهِنِ جسمه. وما التزين والتجميل بهذه الأدوات إلا بالدهن بها، ويدخل ضمن هذا الصنف مواد التجميل التي يدخل في تركيبها الأجنة البشرية، ومخلفات عمليات الولادة من البقايا العضوية للجنين كالحبل السري، والمشيمة وغيرها.

وجاء في قرار مجمع الفقه الإسلامي رقم : 23 (11/3) في دورة مؤتمره الثالث بعمان في العاصمة الأردنية من 8 /13 صفر 1407هـ، الموافق 11 /16 تشرين الاول 1986م ما يأتي: جواز استعمال الجلاتين المستخرج من المواد المباحة، من النباتات، ومن الحيوانات المذكاة تذكية شرعية، وإلى حرمة الجلاتين المستخرج من المواد المحرمة كجلد الخنزير، وعظامه، أو مِمَّا يشبه ذلك من الحيوانات والمواد المحرمة. وترى اللجنة الدائمة للإفتاء في السعودية بحرمة استخدام الصابون والمراهم، ومعجون الأسنان، والكريمات والمساحيق إذا تم التأكد من إضافة شحم الخنزير إلى مكوناته[3].

**ثانياً: مواد التجميل التي تسبب أضراراً بالبشرة:** قد تنشأ في بعض الأوقات عند استعمال أدوات الزينة ومواد التجميل أضرار بالبشرة بالتشويه؛ كالبقع السوداء في الوجه، لاحتوائها على مواد كيمائية دخلت في تركيبها، فهذا النوع لا يجوز بيعها للأضرار التي تسببها، فلا يصح أن ندخل الضرر على الناس، لقوله صلى الله عليه وسلم: " لا ضرر ولا ضرار "[4].

---

(1) صحيح البخاري، كتاب: البيع، باب: بيع الأصنام والميتة، رقم: (2236)، 3/ 84.

(2) المغني، عبد الله بن قدامة،6/ 358، تحقيق: عبد الله التركي، بلا طبعة، بلا تاريخ. دار هجر

(3) https://www.facebook.com/347097645331603/posts/

(4) سنن ابن ماجه، كتاب الأحكام، باب من بنى في حقه ما يضر بجاره 784/2، رقم:2341. الحاكم في المستدرك 66/2، رقم: 2345، وقال: صحيح الإسناد على شرط مسلم ولم يخرجاه.

**ثالثاً: مواد التجميل وأدوات الزينة التي لا يدخل تركيبها المحرم والتي لا تنتج عنها الأضرار الصحية:** فالأصل في هذا الصنف من أدوات التجميل أنَّه يجوز استعمالها، وما جاز استعماله جاز بيعه. ولكن هذه المشروعية ليست على إطلاقها، بل نجد حالات قد يحرم استعمال هذا الصنف، وتفصيل ذلك كما يأتي:

أ- إذا كانت هذه الزينة تستعمل للزوج أو الآباء: يجوز في هذه الحالة للمرأة أن تستعملها، فيجوز بيعها؛ لما لها من أثر في الترغيب والتآلف بين الزجين، وتحسين المظهر إلى ما هو أحسن، يقول ابن قدامة: " والظاهر

أنَّ المحرم إنَّما هو وصل الشعر بالشعر لما فيه من التدليس، واستعمال المختلف في نجاسته، وغير ذلك لا يحرم لعدم هذه المعاني، وحصول المصلحة في تحسين المرأة لزوجها من غير مضرة"[1].

ب- إذا كانت أدوات الزينة والتجميل تباع لمن يُعلم من حالها بأنَّها تستخدمها في التبرج والسفور المنهي عنه، فلا يجوز؛ لأنَّ ذلك من باب المساعدة على الحرام، والإثم والعدوان، لقوله صلى الله عليه وسلم: " ما تركت بعدي فتنة أضر على الرجال من النساء"[2].

ت- إذا كان المشتري مستور الحال ولا يعلم البائع الغاية من شراء أدوات الزينة والتجميل، فالحكم في هذه الحالة متوقف على الأعراف السائدة في البلد. ونكون أمام حالتين:

**الأولى:** إذا كانت مظاهر الزينة والتبرج والرذيلة والفتنة هو العرف السائد في البلد، فلا يجوز بيعها؛ لأنَّ هذه الأعراف قد صادمت النصوص الشرعية التي تنهى عن التبرج والسفور وإثارة الفتنة، ولبعد عن الريبة والشك واجب، كما في قوله صلى الله عليه وسلم: " دع ما يريبك إلى ما يريبك"[3] بالقواعد الشرعية " معظم الشيء يقوم مقامه كله"[4]،

---

[1] المغني، عبد الله بن قدامة، 1/ 131، مرجع سابق.

[2] صحيح البخاري، كتاب: النكاح، باب: ما يتقى من شؤم المرأة، رقم: (5096)، 8/7

[3] صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: باب المشبهات، رواه معلقاً، 3/ 54. سنن النسائي، كتاب: الأشربة، باب، الحث على ترك الشبهات، **رقم:** (5711)،8/ 327.

[4] القواعد والضوابط الفقهية المتضمنة للتيسير، عبد الرحمن العبد اللطيف، 1/ 437، ط1: 1423هـ، عمادة البحث العلمي بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.

وقاعدة "العبرة بالغالب، والنادر لا حكم له"[1]. فبيع أدوات الزينة هنا يخشى منه إثارة الفتنة والفساد في المجتمع.

**الثانية:** إذا كانت مظاهر الزينة والتجميل في عُرف البلد غير ظاهرة، وغالبية استعمال النساء للزينة فيما أحله الشارع. فيجوز في هذه الحالة بيع أدوات الزينة.

**المطلب الرابع: أسباب استخدام مستحضرات التجميل:**

للوقوف على أسباب استخدام مستحضرات التجميل والزينة، تباينت آراء النساء عبر الإجابة على السؤال الموجه إليهن في الاستبيان الذي قام به الباحث عن سبب استعمال مستحضرات التجميل، نذكر بعض الأسباب التي تكررت من قبل النساء، وهي:

**1.** مواكبة الموضة وأسواق الزينة في البلاد، فكلما صدر مُنتج جديد وتُثار حوله الدعاية والإعلان، دَفَعَ الفضول المرأة لتجريب هذا المنتج، للتأكد من مدى ملاءمته لبشرتها، وجاء هذا السبب في المرتبة الأولى من بين الأسباب التي ذكرته أفراد العينة بنسبة 29% من الإجابات.

**2.** مكونات المنتج، إذْ تُعَدُّ بعض النساء منتجات التجميل هي دواء تستعمله عبر مكوناته التي يحملها، فالغرض الأساسي من استعماله هو العلاج، أو الوقاية من الأمراض التي قد تسببها العوامل البيئية التي تعيش فيها، حيث احتل هذا السبب المرتبة الثانية بنسبة 18% من الإجابات.

**3.** الحفاظ على نضارة البشرة والجمال التي ترى المرأة أنَّها قد امتازت به عن باقي النساء، ويشكل هذا السبب نسبة 16% من إجابات العينة.

**4.** إخفاء مظهر الشيخوخة، حتى لا يظهر الكِبر على معالم وجه المرأة تلجأ إلى استعمال مستحضرات التجميل، ويشكل هذا السبب 9% من الإجابات.

---

[1] المرجع السابق 2/ 626.

**5.** وجود تشوهات في وجه المرأة كما في حب الشباب الذي يترك بعض الآثار. والنماش– بقع بنية صغيرة في الوجه – يدفع المرأة إلى استخدام أدوات الزينة لإخفائه، وجاء هذا السبب بنسبة 7%.

**6.** الحفاظ على الزوج، إذْ ترى المرأة أن بقاء الجمال على ما كانت عليه قبل الزواج، هو أحد أهم الأسباب التي تقف وراء عدم الزواج بغيرها، أو استبدالها بزوجة ثانية، فلذلك تستعمل مستحضرات التجميل، ويشكل هذا السبب نسبة 4% من الإجابات.

7. الشعور بالاكتئاب، فاستعمال مستحضرات التجميل يخفف من نسبة الاكتئاب لدى بعض النساء، ويشكل هذا السبب نسبة 4% من الإجابات.

أمَّا بقية إجابات أفراد العينة فلا تحمل أي معنى، لذلك لم تذكر في البحث، وتم الاقتصار على الإجابات الصريحة التي تحمل معنى واضحاً لاستخدام النساء لمستحضرات التجميل، وأدوات الزينة.

**المطلب الخامس: الآثار الاقتصادية لاستعمال أدوات التجميل**

إنَّ استعمال النساء لأدوات الزينة ومستحضرات التجميل يظهر له مجموعة من الآثار الاقتصادية على أصعدة متعددة؛ وهي:

**أولاً: على صعيد الأسرة:** في ظل وسائل الاتصالات الحديثة، أصبحت المجتمعات العربية أكثر انفتاحاً على المجتمعات الغربية، فأصبحت المرأة العربية تحاكي وتنافس المرأة الغربية في لباسها وهيئتها وسائر مظاهر زينتها، ولا شك بأنَّ لذلك آثاراً اقتصادية تظهر على أفراد الأسرة في مجالات متعددة، نذكر منها:

**1. التكاليف المباشرة:** وهي عبارة عن التكاليف التي تدفع مباشرة للحصول على أدوات الزينة والتجميل، وتضاف إليها التكاليف التي تدفع للحصول على مكملاتها، وأدوات استعمالها، ولهذا إذا أردنا معرفة ما تنفقه المرأة على أدوات الزينة؛ يجب علينا معرفة ما يتم تدفعه مباشرة يضاف إليه تكاليف المكملات. وقد بيَّنت نتائج الدراسة التي أجريت

على مجموعة من المدرسات العاملات بقطاع التربية التي يراوح الدخل الشهري لهن ما بين 32 – 48 ألف ليرة سورية لمعرفة مقدار الإنفاق على أدوات ومستحضرات التجميل، مع مراعاة الحالة الاجتماعية، والفارق في العُمر والذي راوح بين 24 سنة إلى المدرسات التي دخلن قطاع التعليم حديثاً إلى 60 سنة بالنسبة للمدرسات التي وصلن إلى سنّ التقاعد، فقد أظهرت الدراسة النتائج الآتية:

| نسبة الإنفاق | 5%– 25% | 25% – 50% | 50% – 75% | 75% – 100% | ما يزيد على 100% |
|---|---|---|---|---|---|
| عدد النساء | 56 | 22 | 14 | 4 | 4 |

والملاحظ من الجدول السابق بأن 56% من المدرسات – أفراد العينة – تنفق من 5% - 25%، فإذا أخذ متوسط الراتب وهو 40 ألف ليرة سورية، فهذا يعني أن نسبة الإنفاق تراوح بين (4000 - 10000) ليرة سورية. في حين 22% من المدرسات يُنْفِقْنَ من 25% – 50%، فتكون نسبة الإنفاق تراوح بين(10000 – 20000) ليرة سورية. أمَّا 14% من المدرسات يُنْفِقْنَ من 50% - 75%، فتكون نسبة الإنفاق تراوح بين (20000 – 30000) ألف ليرة سورية. وجاءت نسبة 4% من المدرسات يُنْفِقْنَ من 75% – 100%، فتكون نسبة الانفاق تراوح بين (30000 – 40000) ألف ليرة سورية. أمَّا بقية أفراد العينة وهي 4% فإنَّها تحتاج إلى الحصول على دخل إضافي لتتمكن من شراء أدوات الزينة، ومستحضرات التجميل؛ لأنَّها تنفق ما يزيد على الدخل الذي تحصل عليه.

وقد بيَّنت الدراسة أن 37% من أفراد العينة يضعن مستحضرات تجميل مستوردة، في حين 42% يعتمدن على المستحضرات الوطنية، وأن نسبة 21% يستعملن المستحضرات المستوردة والوطنية، وأنَّ 89% من أفراد العينة يضعن المستحضرات ذات الجودة العالية؛ ونتيجة لارتفاع أسعارها جعلت النساء والفتيات لها ميزانية مستقلة من أجل الحصول على الشكل المناسب التي تطمح إليه، ولكن في ظل الارتفاع المتزايد لأسعار أدوات التجميل نجد أن أغلب النساء أخذنَّ البحث عن البدائل الذي يمكن أن

تَخَفَّفُ من هذه التكاليف المتزايدة، واللجوء إلى العطارين وأصحاب السلع المتنقلة وهذا ما رتب عليه نتائج سلبية أخرى لم تكن في الحسبان؛ تمثلت في عدم معرفة المُصدر تزوير في تاريخ الصلاحية؛ لانعدام الرقابة عليهم، حيث بيَّنت نتائج الدراسة أنَّ 72% من أفراد العينة أنَّها تبحث عن البديل في حالة عدم وجود المنتج الأصلي الذي تستعمله، في حين 13% تتوقف حتى تجد المنتج الأصلي.

**2.** تكاليف نتائج استعمال أدوات التجميل: وتظهر هذه التكاليف نتيجة الارتفاع في أسعار أدوات التجميل، إذْ تلجأ النساء إلى استعمال أدوات التجميل الأقل تكلفة، أو التي تباع لدى العطارين، مِمَّا يسبب لها أذى في البشرة، تحتاج النساء لإزالة هذه الآثار إلى عمليات جراحية، فهي تكاليف غير مباشرة، وتظهر على المدى الطويل، كظهور تشوهات في البشرة ناتجة عن الاستعمال المغلوط فيه لأدوات التجميل، ويترتب على هذه التشوهات إجراء فحوص طبية، وشراء وصفات طبية، ورعاية صحية، وقد بيَّنت الدراسة أن نسبة 46% من أفراد العينة تتأثر بشرتها بتغير مستحضرات التجميل، في حين شكلت نسبة 7% تأثرها في بعض الأوقات، كما بيَّنت نتائج الدراسة أن 86% من أفراد العينة يستعملن مستحضرات التجميل دون استشارة طبيب، بل تأخذ رأي زوجها الذي مثل نسبة 14% من أفراد العينة، و43% تأخذ برأي زميلاتها وصديقاتها في نوعية مستحضر التجميل، في حين كانت نسبة 8% تعتمد على استشارة الطبيب في استعمال مستحضرات التجميل، ونسبة 6% من أفراد العينة تعتمد على استشارة الطبيب عند الضرورة.

**3.** تكاليف البدائل: ونعني بها تكاليف السلع البديلة، فالمرأة التي تنفق نصف دخلها الشهري على مستحضرات التجميل، يكون ذلك على حساب التخلي عن بعض السلع التي كان من المفترض أن يتجه الانفاق إليه، فبدلاً من شراء الأغذية الصحية التي تحتاج إليها للتغذية الصحية السليمة، تكتفي بأدنى أنواع الأطعمة، مِمَّا يعرض الأفراد إلى الإصابة بالأمراض، مِمَّا يضطر لشراء الأدوية لعلاج الأمراض، وبينت نتائج الدراسة أن 43% ما أفراد العينة تفضل الحصول على مستحضرات التجميل على

حساب الطعام والشراب عند إجراء موازنة بينهما، في حين جاءت نسبة 39% من أفراد العينة تفضل الحصول على الطعام والشراب على حساب مستحضرات التجميل، ونسبة 18% في بعض الأوقات فقط.

ولا شك بأنَّه يستحب في الإسلام التأنق في الملبس، والمظهر الخارجي، إلَّا أنَّ ذلك يجب ألا يكون على حساب حرمان نفسه، أو أفراد أسرته مِمَّا هو ضروري؛ لأنَّ الإنفاق في الإسلام مقيد بسلم الأولويات، والطعام والشراب – لما فيهن الحفاظ على النفس – يأتي في مقدمة سلم الأولويات عند التعارض مع غيره من الأمور التكميلية والحاجية.

**4.** تكاليف الإجراءات الإدارية: وهذه جزء من التكاليف غير المباشرة، إلَّا أنَّها تظهر بأشكال أخرى، وتتمثل في تكاليف الحصول على رخص بيع أو استيراد مستحضرات التجميل، وتكاليف الإعلان والترويج، وتكاليف الحفظ والتخزين والإجراءات التي ترافقها، وجاءت نتيجة الدراسة لتبيَّن أنَّ نسبة 31% من أفراد العينة يرغبن في العمل في بيع مستحضرات التجميل، في حين رفضت 63% فكرة العمل في بيع مستحضرات التجميل.

**ثانياً: على صعيد المجتمع:**

في الوقت الذي نرى فيه أن الأزمة المالية العالمية التي عصفت بالعالم في عام 2008م أدت إلى ضرب كثير من النشاطات الاقتصادية في العالم، نجد أنَّ صناعة مستحضرات التجميل وأدوات الزينة لم تتأثر بهذه الأزمة، بل على العكس تماماً نجد أنَّ هذه الصناعة قد ازدادت بمعدل نمو 4%، إذْ بلغ حجم مبيعات مستحضرات التجميل 170 مليار دولار؛ منها 40 ملياراً في الأمريكيتين، و60 ملياراً في أوروبا، و60 ملياراً في استراليا وآسيا، و10 ملياراً في أفريقية[1]. فالأزمة الاقتصادية تعني أنَّك لن تستطيع شراء منزل أو سيارة ، أمَّا أحمر الشفاه فقد لوحظ أنَّ مبيعاته في أزمة عام 2001م ارتفعت بنسبة 10% فقد حقق أداءً جيداً في أثناء الأزمات الاقتصادية، وأداءً سيئاً في مرحلة الانتعاش الاقتصادي؛ والسبب في ذلك أنَّه في ظل الأزمات الاقتصادية يميل

(1) http://www.aleqt.com/2013/04/13/article

الأفراد إلى الادخار والتوفير في الإنفاق على السلع الباهظة، ويتجه هذا الإنفاق إلى السلع التي تدعو للتفاؤل وتنسيهم مشكلاتهم المالية، فمثلاً في أزمة 2009م كان طلاء الأظافر السلعة الأكثر نمواً في عالم الجمال[1]. وبناء على هذا فإن الشركات الاستثمارية في مجال أدوات الزينة لم يتوقف نشاطها، ولم تتأثر بالأزمات الاقتصادية التي يظهر تأثيرها في الأنشطة الاقتصادية المختلفة في المجتمع؛ بل يزداد نشاطها لتوقف الأنشطة الاقتصادية المختلفة، واتجاه الأفراد للبحث عن مشاريع استثمارية جديدة بديلة عن المشاريع المتعثرة بسبب الأزمة الاقتصادية إلى ما هو رائج من المشاريع.

أمَّا عن أسباب زيادة الطلب الكلي على أدوات ومستحضرات التجميل، على فرض ثبات العوامل الاقتصادية– الدخل، والأسعار، وأعداد المستهلكين، والتوقعات المستقبلية للأسعار– فقد بيَّنت نتائج الدراسة أن هناك مجموعة من الأسباب، نذكر منها ما يأتي:

**1.** الرغبة الدائمة لدى النساء في الظهور بالمظهر الحسن، وإبراز الجوانب الإيجابية في مظهرهن الخارجية، وإخفاء العيوب الخَلقية الجسدية، أو إخفاء مظاهر الشيخوخة، فقد بيَّنت نتائج الدراسة أن نسبة 63% من أفراد العينة يضعن مستحضرات التجميل داخل البيت وخارجه، في حين كانت 24% من أفراد العينة تستعمل مستحضرات التجميل فقط خارج البيت، ونسبة 17% يضعن مستحضرات التجميل داخل البيت فقط، ولاشك أنَّ هذه النسب على المستوى الكلي يظهر أثرها بوضوح.

**2.** زيادة عدد النساء العاملات في قطاع الدولة، وهذا يتطلب استعمالاً يومياً لمستحضرات التجميل، وحصولهن على دخل مستقل يتم إنفاق جزء أصيل وثابت منه على شراء مواد التجميل، وقد بيَّنت نتائج الدراسة أنَّ نسبة 62% من أفراد العينة يضعن مستحضرات التجميل في أثناء الخروج من المنزل – وهي نسبة الإجابة بـ (لا) عند السؤال عن وضع مستحضرات التجميل داخل البيت فقط –، يضاف إلى ذلك نسبة 21% التي شكلت نسبة وضع المستحضرات أحياناً خارج البيت.

---

[1] https://www.syr-res.com/article/6753.html ) موقع الباحثون السوريون، تأثير قلم الحمرة.

**3.** سهولة التسويق الإلكتروني، إذْ يشهد التسوق المباشر تقلصاً ملحوظاً؛ ويرجع السبب في ذلك إلى أن أي مستهلك يستهلك أنواعاً محددة من مستحضرات التجميل، إذْ شكلت نسبة أفراد العينة التي يستعملن النت في التسوق 28%، وهذا الارتباط بين المستهلك والعلامة التجارية يعزز من الارتباط الملحوظ في الوقت الحالي بين صناعة مستلزمات التجميل والإنترنت[1].

وزيادة الطلب الكلي للنساء على شراء مستحضرات التجميل يحول الاستثمار في مجال مستحضرات التجميل إلى مشاريع اقتصادية مربحة.

**ثالثا: على الصعيد الدولي:**

نظراً إلى تأثير مستحضرات التجميل في الحياة اليومية لعدد كبير من الأفراد، فإنَّها تُعدُّ من الصناعات التي يقوم عليها اقتصاد كثير من الدول عبر تصدير هذه المنتجات إلى دول أخرى، وقد نالت المرتبة الأولى في المجال الصناعي على المستوى العالمي للعام الثاني على التوالي، وكانت نسبة الزيادة في عام 2017م 6% عن عام 2016م[2]. إذْ تعدُّ صناعة مستحضرات التجميل من أبرز الصناعات التي تجذب الاستثمارات الأجنبية؛ نظراً إلى زيادة الاستهلاك المحلي حتى في أوج حالات الكساد الاقتصادي، فإنَّ سوقها تبقى رائجة.

وقد أشارت دراسة لشركة الأبحاث "يورو مونيتور إنترناشيونال" إلى أنَّ سوق مستحضرات التجميل والعناية بالجمال وخاصة في الأعوام (2015 م–2016 م–2017 م) إذْ بلغ إجمال مبيعات أدوات التجميل في الوطن العربي إلى ما قيمته2.1 مليار دولار[3]. وفي سورية بلغ عدد الشركات المرخصة 193 شركة، إلَّا أنَّه لا توجد

(1) http://www.aleqt.com/2013/04/13/article

(2) https://www.almrsal.com

(3) المرجع السابق

إحصائية دقيقة عن كميات مواد التجميل المصنعة سنوياً، أمَّا عن الكميات المستوردة والمصدرة من مواد التجميل فهي على الشكل الآتي[1]:

- تم استيراد مواد التجميل وأدوات الزينة بأنواعها المختلفة، ومن عدد من الدول العربية والأجنبية، إذْ بلغت نسبة الاستيراد نحو774165 كغ بقيمة 223 مليون ليرة.
- تم تصدير نحو 2861661 كغ من مواد التجميل إلى عدد من الدول العربية والأجنبية بقيمة تقدر نحو 386.4 مليون ليرة.

فإذا لاحظنا هذه الأرقام التي تنفق على استيراد مستحضرات التجميل وأدوات الزينة وتصديرها ومقارنتها بالمنفعة التي تحققها نجد أنَّها معدومة، فمن تضع مساحيق التجميل في الصباح يزول أثرها في المساء، وتحتاج في اليوم التالي لإعادة وضع هذه المستحضرات، بل قد تكرر ذلك في اليوم الواحد غير مرة.

ويبلغ عدد المنشآت العاملة في صناعة مستحضرات التجميل والمسجلة لدى وزارة الصحة المصرية في عام 2015م 208 منشأة، تشغل 806 منشأة للصناعات المغذية مثل مصانع مواد التعبئة والتغليف الكرتونية والورقية والمعدنية، ومصانع الخامات والألوان ومكسبات الطعم والرائحة، ومصانع البلاستيك، ومصانع مستلزمات الإنتاج ومصانع الزجاج، وهذا ما جعل منها ثاني أكبر القطاعات الاقتصادية[2].

**رابعاً: أثر صناعة مستحضرات التجميل في الأيدي العاملة:** تعدُّ صناعة مستحضرات التجميل من الصناعات الأكثر انتشاراً؛ لتنوع منجاتها، ورواج أسواقها، وهذا يعني استقطاب المزيد من اليد العاملة لتشغيلها، إلَّا **أنَّ** الدراسات الاقتصادية تؤكد أنَّ صناعة مستحضرات التجميل ستشهد نوعين من التغيرات:

**الأولى:** التحول إلى استخدام رأس المال على حساب الأيدي العاملة: إذْ تتجه أغلب الصناعات التجميلية اليوم إلى مجال البحوث العلمية والطبية، وهذا ما يؤدي إلى تراجع

---

(1) http://www.aljaml.com مستحضرات التجميل أضرار جانبية وأصناف مزورة.
(2) http://www.aljaml.com مستحضرات التجميل أضرار جانبية وأصناف مزورة..

في أعداد الأيدي العاملة، فمثلاً يبلغ عدد العاملين في الولايات المتحدة الأمريكية التي تعدُّ المستهلك الأكبر لأدوات التجميل على مستوى العالم في عام 2011 م (52.512) عاملاً[1].

**الثانيـة:** احتكار صناعات التجميل: ويرجع هذا إلى طبيعة سوق مستحضرات التجميل، فالذي يظهر أنها سوق منافسة كاملة يمكن لأي مستثمر أن يدخل إليها. ولكن الواقع يثبت أنَّ هذه السوق تشكل ما يعرف " سوق احتكار القلة "؛ ويرجع السبب في ذلك أنَّ مجالات البحث والترويج تحتاج إلى رؤوس مالية ضخمة؛ مِمَّا يمنح الفرصة لبعض الشركات العالمية ذات الميزانية الضخمة في توجيه السوق، ويضيق الأفق أمام الشركات الصغيرة للمنافسة[2]. إذْ تشكل عشر شركات ما يقرب 50% من إجمالي مبيعات السوق العالمية[3].

**المطلب السادس: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة:**

**1.** بيَّنت الدارسة أنَّ 36% من أفراد العينة تراوح أعمارهن بين (24 – 34) سنة، ونسبة 43% تراوح أعمارهن بين (34– 44) سنة، ونسبة 21% تراوح أعمارهن بين (44 – 60) سنة. ويلاحظ أنَّ النسبة الكبرى من فئة (34– 44)، وهي تمثل نسبة النساء المتزوجات في المجتمع ويتحملن مسؤولية اجتماعية المتمثلة في تربية الأبناء، ورعاية حقوق الزوج ومصالحه.

**2.** بيَّنت الدارسة أن 68% من أفراد العينة من المتزوجات، و27% من العازبات و5% من الأرامل، ولا توجد أي مطلقة.

**3.** بيَّنت الدارسة أنَّ نسبة 43% من أفراد العينة يراوح دخلها الشهري بين (32 – 40) ألف ليرة سورية، وأنَّ نسبة 57% يراوح دخلها بين (40 – 48) ألف ليرة سورية.

4. بيَّنت نتائج الدراسة أنَّ 41% من أفراد العينة تشارك زوجها في مصاريف البيت بعد اقتطاع ربع الدخل لنفسها، وأنَّ نسبة 59% تحتفظ بكامل دخلها لنفسها.

---

(1) http://www.aleqt.com/2013/04/13/article_

(2) (http://www.aleqt.com/2013/04/13/article

(3) https://www.cbd.int/abs/doc/

5. فيما يتعلق بدرجة ثقافة العينة، فقد ذكر في منهج البحث أن جميع أفراد العينة من المدرسات، فهذا يعني أنَّ أفراد العينة كلّهن حاصلات على شهادة جامعية فقط، ولا يوجد ضمن العينة من حملة الشهادات العليا، ولكن الخبرة الوظيفية تختلف بين (3 – 26) سنة.

ولمعرفة تفاصيل نتائج الدراسة أُرْفِقَ نموذج الاستبيان مع الإجابات الواردة في الاستبيانات الموزعة، على العينة، وهو الآتي:

**استبيان عن استعمال مستحضرات التجميل وأدوات الزينة:**

**المجموعة الأولى:**

أجب عن الأسئلة الآتية:

1- ما عمرك؟

2- الحالة الاجتماعي: أ- عازبة ب – متزوجة ج – مطلقة د – أرملة

3. المؤهل العلمي:

4 – الدخل الشهري:

5 – ما تحصلين عليه من دخل خاص بك أم تشاركين في مصاريف البيت؟

6 – عدد أفراد أسرتك:

7 – مقدار الإنفاق من الدخل الشهري على مستحضرات التجميل: أ- 5% – 25% ب – 25% - 50% ج – 50% 75% د – 75% - 100% هـ - ما يزيد على 100%.

8 – ما أسباب استعمال أدوات الزينة ومستحضرات التجميل.

**المجموعة** الثانية:

| أجب عن الأسئلة الآتية ضمن الاحتمالات الثلاثة: | نعم | لا | أحيانا |
|---|---|---|---|
| 1– تمثلين إحدى النساء التي تضع مستحضرات التجميل. | 83 | 4 | 13 |
| 2– يتساوى مقدار وضع الزينة في الأحوال جميعها. | 27 | 64 | 9 |
| 3– حصولك على أدوات الزينة أولى من الحصول على الطعام. | 43 | 39 | 18 |
| 4– يوافق الزوج أو الأهل على مقدار الزينة التي تشترينها. | 36 | 15 | 49 |
| 5– يشكل وضع الزينة قيمة مضافة إلى جمالك. | 82 | 6 | 12 |
| 6– تشعرين بارتياح عند استعمال مستحضرات التجميل. | 64 | 13 | 23 |
| 7– تهتمين برأي الآخرين عند وضع مستحضرات التجميل. | 35 | 47 | 18 |
| 8– تواكبين التطورات في عالم مستحضرات الزينة. | 41 | 27 | 34 |
| 9– مصدر أدوات الزينة التي تستعملينها وطني | 42 | 37 | 21 |
| 10– تراعين الجودة العالية والنوعية عند شراء مستحضرات التجميل. | 89 | 7 | 4 |
| 11– حصولك على مستحضرات التجميل عبر التسوق الإلكتروني. | 29 | 56 | 15 |
| 12– حصولك على العمل له دور في استعمال مستحضرات التجميل. | 56 | 31 | 13 |
| 13– تستعملين الزينة خارج البيت فقط. | 24 | 42 | 34 |
| 14– تستعملين الزينة داخل البيت فقط. | 17 | 62 | 21 |
| 15– تستعملين الزينة داخل البيت وخارجه. | 63 | 21 | 16 |
| 16– إذا كُنْتِ ممن لا يضعن الزينة هل توافقين على استعمال النساء لأدوات الزينة؟ | 82 | 5 | 13 |
| 17– أخذ رأي الزوج والأهل في نوعية الزينة المستعملة. | 14 | 81 | 5 |
| 18– تضعين الزينة بناء على استشارة طبيب مختص. | 8 | 86 | 6 |
| 19– أخذ رأي الصديقات في نوعية الزينة المستعملة. | 43 | 34 | 33 |
| 20– تبحثين عن بديل عند عدم وجود المستحضر الأصلي الذي تستعملينه. | 72 | 13 | 15 |
| 21– تشعرين بالنقص عند عدم وضع الزينة | 19 | 35 | 46 |
| 22– تغيير نوع أدوات الزينة يؤثر في نضارة بشرتك ويسبب تشوهات. | 46 | 47 | 7 |
| 23– تهتمين بالنصائح الموجهة لك عند وضع مستحضرات الزينة. | 33 | 59 | 8 |
| 24 – هل تفضلين العمل في بيع مستحضرات التجميل؟ | 31 | 63 | 6 |
| 25 – تضعين مستحضرات التجميل نتيجة التأثر بعادات المجتمع. | 12 | 79 | 9 |

**الخاتمة:**

في ختام هذه الدراسة، أذكر أهم النتائج التي توصلت إليها، وهي:

- الزينة مباحة في الإسلام ضمن الضوابط الشرعية التي حددتها قواعد الشريعة، وقد يتغير هذا الحكم بحسب الاستعمال من الإباحة إلى الحرمة، أو الكراهة، أو الندب.
- الأصل في بيع أدوات الزينة والتجميل الإباحة، وقد يتغير هذا الحكم إلى الحرمة، أو الكراهة.
- بيَّنت الدراسة أن غالبية النساء تنفق ربع دخلها على مستحضرات الزينة والتجميل، وهذا ما يظهر آثاره على المستوى الجزئي – الأسرة – أو المستوى الكلي – الاقتصاد القومي.
- مع أنَّ أغلب أدوات الزينة والتجميل لا تدوم وقتاً طويلاً عند استعمالها، إلَّا أنَّها تمثل في هذا العصر أحد أهم المشاريع الاستثمارية التي تعتمد عليها الدول وتمولها لدعم اقتصادها.
- بيَّنت نتائج الدراسة أنَّ غالبية النساء يستعملن مستحضرات التجميل دون استشارة طبيب، بل بالاعتماد على رأي الصديقات، وهذا ما يؤدي إلى أضرار صحية تحتاج إلى نفقات علاجية لها.
- أظهرت نتائج الدراسة أنَّ غالبية النساء يستعملن مستحضرات التجميل ذات الجودة العالية، وهذا ينعكس أثره على مقدار الإنفاق على مستحضرات التجميل، وفي حالة عدم وجود المنتج المستعمل فإنَّها تبحث عن البديل ولا تنتظر توفر المنتج الأصلي الذي تستعمله.

**المراجع References**:


1. أحكام القرآن، أحمد بن علي الجصاص، ط1: 1415هـ، تحقيق: عبد السلام شاهين، دار الكتب العمية، بيروت.
2. تفسير الطبري، محمد بن جرير الطبري، ط1: 1420هـ، تحقيق: أحمد شاكر، مؤسسة الرسالة.
3. التلخيص الحبير في تخريج أحاديث الرافعي الكبير، أحمد بن حجر العسقلاني، ط1: 1416هـ تحقيق: حسن قطب، مؤسسة قرطبة– مصر.
4. الجامع المسند الصحيح (صحيح البخاري)، محمد بن إسماعيل البخاري، ط1: 1422هـ، تحقيق: محمد زهير الناصر، دار طوق النجاة.
5. الجامع الكبير (سنن الترمذي)، محمد بن عيسى الترمذي، ط: 1998م، تحقيق: بشار معروف، دار الغرب الإسلامي، بيروت.
6. روائع البيان تفسير آيات الأحكام، محمد علي الصابوني، ط3: 1400هـ، مكتبة الغزالي، دمشق.
7. سنن ابن ماجه، محمد بن يزيد القزويني، ط1: 1430هـ، تحقيق: شعيب الأرنؤوط ، دار الرسالة العالمية.
8. سنن أبي داود، سليمان بن الأشعث، ط1: 1430هـ، تحقيق: شعيب الأرنؤوط – محمد قره بللي، دار الرسالة العالمية.
9. شرح مصابيح السنة للإمام البغوي، محمد بن عز الدين ابن المَلَك، تحقيق: لجنة من المختصين، ط1: 1433هـ، إدارة الثقافة الإسلامية.
10. عمدة القاري شرح صحيح البخاري، محمود العيني، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د. ت.
11. القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د. محمد الزحيلي، ط1: 1429هـ، دار الفكر، دمشق.
12. القواعد والضوابط الفقهية المتضمنة للتيسير، عبد الرحمن العبد اللطيف، ط1: 1423هـ، عمادة البحث العلمي بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.

13. الكسب، محمد بن الحسن الشيباني، تحقيق: سهيل زكار، ط1: 1400هـ، الناشر: عبد الهادي حرصوني، دمشق.
14. الكوكب الوهاج شرح صحيح مسلم، محمد الأمين بن عبد الله الأُرَمي، ط1: 1430هـ، دار المنهاج.
15. لسان العرب، محمد بن منظور، ط3: 1414هـ، دار صادر لبنان.
16. المجتبى من السنن (السنن الصغرى النسائي)، أحمد بن شعيب بن علي النسائي، ط2: 1406هـ، تحقيق: عبد الفتاح أبو غدة، مكتب المطبوعات الإسلامية ، حلب.
17. مجلة الوعي الإسلامي، د. وجيه زين العابدين، الفاحشة والأمراض، العدد 140، 1976م.
18. المجموع شرح المهذب، يحيى بن شرف النووي، بلا تاريخ، بلا طبعة، دار الفكر.
19. مراعاة المفتاح شرح مشكاة المصابيح، عبيد الله المباركفوري، ط3: 1404هـ، إدارة البحوث العلمية والدعوة، الهند.
20. المستدرك على الصحيحين، محمد بن عبد الله النسابوري، ط1: 1411هـ، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت.
21. مسند الإمام أحمد بن حنبل، أحمد بن حنبل الشيباني، ط1: 1421هـ، تحقيق: شعيب الأرنؤوط- عادل مرشد، مؤسسة الرسالة.
22. المغني، عبد الله بن قدامة، تحقيق: عبد الله التركي، د. ت. دار هجر.
23. المنهاج شرح صحيح مسلم، يحيى بن شرف النووي، ط2: 1392هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
24. موسوعة الفقه الإسلامي، محمد بن إبراهيم التويجري،ط1: 1430هـ - 2009م، بيت الأفكار الدولية.

**المواقع على الشابكة:**

1. https://forum.sedty.com/t553801.htm
_https:// www.masress.com/alzaman
https://www.syr-res.com/article/6753.html_ موقع الباحثون السوريون، تأثير قلم الحمرة.
2. http://www.aleqt.com/2013/04/13/article_
http://www.aljaml.com _ مستحضرات التجميل أضرار جانبية وأصناف مزورة.
3. http://www.aleqt.com/2013/04/13/article
https://www.cbd.int/abs/doc/
https://ar.wikipedia.org/wiki- أنواع مستحضرات التجميل
https://www.almrsal.com

**تاريخ ورود البحث:2018/7/8**
**تاريخ الموافقة على نشر البحث:2018/8/7**