ПсиБлог

ВОКРУГ ТЮБИКОВ И БАНОЧЕК

Размышления о моральных аспектах производства
и использования косметических продуктов

Все мы, так или иначе, заботимся о своем здоровье и все мы пользуемся косметическими и гигиеническими средствами, чтобы защитить и обезопасить себя от негативных внешних воздействий. Чем же мы руководствуемся при выборе косметических и гигиенических средств? Наиболее сильное влияние на наш выбор оказывает реклама, которая ежедневно вбивает нам в голову, какими красивыми и здоровыми мы будем, воспользовавшись той или иной инновационной разработкой. Довольно часто мы пользуемся рекомендациями знакомых, которые уже попробовали тот или иной препарат и могут дать ему некоторую оценку, довольно субъективную, но вполне правдоподобную. Не последнюю роль играет и ценовая категория. Более «продвинутые» покупатели обратят внимание на состав продукта, насколько много он содержит натуральных компонентов. Отдаем мы предпочтение и в рамках дилеммы: отечественный это или импортный продукт. Ну и наконец, бренд, который, хотя также зачастую зависит рекламы, все-таки является индикатором проверенной годами, а иногда и десятилетиями, надежности продукта.

Чаще всего мы задумываемся о качестве продукта, но не о том, как этот продукт был создан, не пытаемся воссоздавать все этапы его производства от задумки до воплощения. В тоже время сегодня все больше покупателей обращает внимание на состав используемого продукта, но как только мы задумываемся об этом, возникает множество сложных аспектов, определяющих и корректирующих наш выбор. В первую очередь, это функциональность, во-вторых, эстетическая сторона косметических и гигиенических средств, в-третьих наша жизненная установка, философия.

Не секрет, что до своего попадания на прилавок косметические средства проходят тщательный отбор, контроль на аллергенность, на влияние препарата на организм человека, тесты, демонстрирующие его преимущества относительно аналогичных продуктов. Любое косметическое и гигиеническое средство, также, как и любой лекарственный препарат, проходит тщательные доклинические и клинические испытания. На стадии доклинических испытаний происходит разработка формулы препарата, подбор компонентов, компьютерное моделирование, лабораторный анализ. После разработки и создания препарата во многих странах законодательно ОБЯЗАТЕЛЬНА проверка на животных, и только затем клинические испытания на ЧЕЛОВЕКЕ. Испытания на группах добровольцев – сложный и длительный этап, но именно он дает наиболее точную информацию о негативных и полезных свойствах препаратов и лекарственных средств.

Я хочу обратить внимание на вторую стадию внедрения косметических препаратов в производство, а именно на стадию эксперимента с участием животных. Насколько оправдано испытание КОСМЕТИЧЕСКИХ препаратов на животных? Защитники прав животных считают неприемлемым тот факт, что ради эстетического чувства человека, животные подвергаются страшным жестоким мучениям. Существуют черный, серый и белый списки косметических фирм, которые формируют защитники прав животных. В черный список занесены фирмы, которые проводят проверку своей продукции на животных, белый список – фирмы которые не проводят тестирование продукции на животных и не используют препараты, тестированные на животных другими фирмами или лабораториями. Серые

список самый сложный. В нем оказываются фирмы, которые часто скрывают факт использования результатов экспериментов на животных, либо фирмы, которые в определенных обстоятельствах отступают от собственных правил, например, при регистрации продукта в некоторых странах (чаще всего здесь имеется ввиду Китай), где законодательно предписано ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ тестирование на животных, а также фирмы, которые скрывают информацию о методах тестирования, или фирмы, которые имеют в своей продукции компоненты животного происхождения.

На просторах интернета мы можем найти обширную информацию о качестве того или иного продукта. Приведу, на мой взгляд, наиболее интересный сайт: http://www.veravoitbeauty.com/2015/01/blog-post.html, где представлена довольно подробная информация о классификации косметических фирм по этическому принципу. Разработчики сайта ведут обширную переписку с фирмами, выясняя не только качество продукта, но и особенности этики и философии различных производителей косметики, пытаясь таким образом предоставить своим читателям наиболее достоверную информацию по этому вопросу.

Если вы имеете конкретную жизненную позицию, в которой приоритетом является категорическое неприятие факта проведения жестоких экспериментов на животных, то возникает некоторая этическая дилемма при выборе косметических средств. К сожалению, большинство косметических фирм, широко представленных на нашем рынке, тестируют свою продукцию на животных. Большинство популярных косметических фирм, реализующих продукцию посредством сетевого маркетинга, также тестирует ее на животных, либо используют продукты животного происхождения. Поэтому соблюдение подобной жизненной позиции представляется довольно сложной задачей. Ограниченное число мест, где продаются косметические и гигиенические средства, отсутствие ясной, правдивой, четкой и проверенной информации делают ее еще более трудной. Ведь если такие средства и присутствуют в ассортименте наших супер и гипермаркетов, то чаще всего они расположены в не очень удобных, с точки зрения приоритета в раскладке товара, местах. Сбивает с толку сомнительная реклама «чистой» продукции, которая часто опровергается информацией с сайтов «зеленых». В частности, очень жесткие критерии отбора продукции проводит PETA (People for the Ethical Treatment of Animals), организация, ведущая борьбу за права животных. В тоже время большинство потребителей не утруждают себя желанием до конца понять, насколько подобная информация истинна. И большинство любителей косметики, якобы не тестирующейся на животных, на самом деле вполне благополучно используют в быту косметические средства из черного и белого списка.

Итак, перед нами множество вопросов: Насколько искренне желание потребителей защищать права животных подобным способом? Насколько косметика, которая позиционируется как средства, НЕ тестируемые на животных, БЕЗОПАСНА для потребителя? Насколько соблюдается этика фирмами, оказавшимися в «сером» списке? Следует ли вообще задумываться так глубоко о факте проверки косметических средств на животных? Насколько фирма ведет себя НЕЭТИЧНО, если она ВЫНУЖДЕНА из-за законодательства отдельных стран проводить повторное тестирование, но теперь уже с участием животных?

Я не могу дать ответы на эти вопросы, но все-таки попытаюсь предложить практический критерий оценки этичности производителей косметики. С моей точки зрения, им могла бы стать правдивость и полнота предоставляемой производителем информации о своем продукте. Конечно, мне безумно жаль животных, которые истязаются во время экспериментов, но в тоже время мне не кажется надуманным аргумент сторонников проведения испытаний на животных: эти данные способны снизить риски заболеваний и угрозы жизни и здоровья человека. Действительно, как бы ни были хороши альтернативные методы, но в настоящий момент они все-таки не могут полноценно заменить клиническое исследование и риски для человека, несомненно, возрастают. Разобраться в проблеме этических характеристик «серого» списка дело сложное и кропотливое. На мой взгляд, если

фирма проводит политику разумного сочетания экономических и этических принципов, то это вполне оправдано. Если же фирма с помпой декларирует некие принципы, но потом оказывается уличенной в их нарушении, то для меня неприемлема подобная политика и я, пожалуй, воздержусь от покупки товара такого производителя. Стоит ли выяснять подобную информацию? Однозначно «ДА», ведь мы покупаем товар для себя, и сами будем использовать эту продукцию. Наверное, никто не хочет получить аллергическую реакцию, заболевание кожи или опухшие от туши глаза, заплатив при этом достаточно большие деньги. В конечном итоге, согласитесь, что всегда приятно сознавать, что фирма, продукцией которой вы пользуетесь, прозрачна в своих действиях и заботится о здоровье своих покупателей.

Сатина Ирина Валериевна
к. филос. н., доц. ВГМУ им. Н.Н. Бурденко

ПСИБЛОГ.РФ