ಪುರುಷರ ಮೇಕಪ್ ಒಂದಿಷ್ಟು ‘ಬ್ಯಾಕಪ್’

ಪುರುಷರ ಸಲೂನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಹೇರ್‌ಕಟಿಂಗ್, ಮಸಾಜ್‌ಗಳ ಜತೆಗೆ ಫೇಷಿಯಲ್ ಕೂಡ ಆರಂಭವಾಗಿದೆ. ಪುರುಷರ ಮೇಕಪ್ ಮಹಿಳೆಯರ ಬ್ಯೂಟಿ ಪಾರ್ಲರ್‌ಗಳಂತೆ ಪುರುಷರ ಪಾರ್ಲರ್‌ಗಳೂ ಜನಪ್ರಿಯವಾಗುತ್ತಿದೆ.

■ **ವಿಶಾಖ ಎನ್.**

ಕಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಓದಿ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡ ರಾಜಕುಮಾರನಂಥವನು ಈ ಕಾಲದ ಮಾಡೆಲ್. ಸ್ವಚ್ಛ ಅಂಗೈ. ಅದರ ಮೇಲೆ ಮಾಯಿಶ್ಚರೈಸರ್ ಹಾಕಿಕೊಂಡು ಇನ್ನೊಂದು ಅಂಗೈನಿಂದ ಹದವಾಗಿ ತಿಕ್ಕಿ ಮುಖಕ್ಕೆ ಹಚ್ಚಿದ. ಅದರ ಮೇಲೆ ಇನ್ನೊಂದು ಟಿಂಟೆಡ್ ಮಾಯಿಶ್ಚರೈಸರ್ ಲೇಪ. ಕಣ್ಣಿನ ಕೆಳಭಾಗದ ಸಣ್ಣ ಕಲೆಗಳನ್ನು ಮುಚ್ಚಲು ‘ಕನ್ಸೀಲರ್’. ಕುತ್ತಿಗೆಯ ಹಿಂಬದಿಯ ತುಸು ಮಾಸಿದ ಭಾಗಕ್ಕೂ ಅದನ್ನು ಹಚ್ಚಿಕೊಂಡ ಮೇಲೆ ಪೌಡರ್ ಹಂಗು. ಮುಖದ ಯಾವ ಭಾಗಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ಪೌಡರ್ ಹಾಕಬೇಕು, ಅದನ್ನು ಒರೆಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಕ್ರಮವೇನು ಎನ್ನುವುದರ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆ.

ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್‌ನ ಎಎಸ್‌ಒಎಸ್ ಎಂಬ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಫ್ಯಾಷನ್ ರಿಟೇಲರ್ ಕಂಪನಿಯು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ವಿಡಿಯೊದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸುವ ಚಿತ್ರಣವಿದು. ಆ ಮಾಡೆಲ್‌ನ ನಯ ನಾಜೂಕು ಕಂಡೇ ಎಷ್ಟೋ ಹುಡುಗಿಯರೂ ಬೋಲ್ಡ್ ಆಗುವುದು ದಿಟ. ಇಂಥದೊಂದು ವಿಡಿಯೊ ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಆದ ಒಂದಿಷ್ಟು ಗಂಟೆಗಳಲ್ಲೇ ಏಳೂವರೆ ಲಕ್ಷ ಮಂದಿ ವೀಕ್ಷಿಸಿದರು.

ಪುರುಷ ಮೇಕಪ್ ಕಲಾವಿದರಲ್ಲಿ ಪ್ಯಾಟ್ರಿಕ್ ಸಿಮೊಂಡ್ಯಾಕ್ ಹಾಗೂ ಮ್ಯಾನಿ ಗ್ಯುಟೆರೆಜ್ ಹೆಸರು ಯೂರೋಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಜನಪ್ರಿಯ. ಅವರು ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದ ಮೇಕಪ್ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆಗಿಂತ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಹರಿದಾಡಿದ ಮೇಕಪ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ವಿಡಿಯೊ ಪೂರ್ತಿ ಭಿನ್ನವಾಗಿತ್ತು.

ಹೀಗೆ ಮೇಕಪ್ ವಿಡಿಯೊಗಳಿಗೆ ಮಾಡೆಲ್ ಆದವರನ್ನು ‘ಬ್ಯೂಟಿ ಬಾಯ್ಸ್’ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಯಾವ ಸಮಾರಂಭಕ್ಕೆ ಹೇಗೆ ಮೇಕಪ್ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಹೋಗಬೇಕು, ಪಾರ್ಟಿಗಳಿಗೆ ಹೊರಡುವ ಮೊದಲು ವದನಾರವಿಂದಕ್ಕೆ ಏನೆಲ್ಲ ಹಚ್ಚಬೇಕು, ನಿತ್ಯ ಕಚೇರಿಗೋ ಕಾಲೇಜಿಗೋ ಹೋಗುವಾಗ ಹಾಕಬೇಕಾದ ಮೇಕಪ್ ಎಂಥದು ಎಂಬೆಲ್ಲ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆಗಳ ವಿಡಿಯೊ ರೂಪಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಪುರುಷ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಕಪ್ ಮೋಹ ದಿನದಿಂದ ದಿನಕ್ಕೆ ನಿರೀಕ್ಷೆಗೂ ಮೀರಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ಇಂಥ ವಿಡಿಯೊಗಳ ಸೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಫ್ಯಾಷನ್ ಪಂಡಿತರು ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಅದರಲ್ಲೂ ಅಮೆರಿಕ ಹಾಗೂ ಯುರೋಪ್ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಪುರುಷ ಮೇಕಪ್ ಪ್ರೇಮದ ಕುರಿತು ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಕಲೆಹಾಕುವ ಕಂಪನಿಗಳೂ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿವೆ.

2016ರಲ್ಲಿ ಮಿಂಟೆಲ್ ಎಂಬ ಸಂಸ್ಥೆ ಪುರುಷರ ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಾದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಮೀಕ್ಷೆಯೊಂದನ್ನು ನಡೆಸಿತು. ಅದರ ಪ್ರಕಾರ ಯುನೈಟೆಡ್ ಕಿಂಗ್‌ಡಂನ ಶೇ 59ರಷ್ಟು ಪುರುಷರು ಚರ್ಮ ಸಂರಕ್ಷಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಮೊರೆಹೋದವರೇ. 2010ರಲ್ಲಿ ಅದೇ ಸಂಸ್ಥೆ ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಇಂಥದ್ದೇ ಸಮೀಕ್ಷೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿತ್ತು. ಅದು ಹೇಳಿದಂತೆ, ಪುರುಷರ ಸೌಂದರ್ಯ ವರ್ಧಕಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಪ್ರಮಾಣವು ಮಹಿಳೆಯರದ್ದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಹೀಗೆ ಆಗಲು ಕಾರಣಗಳೇನು ಎಂದೂ ಕೆಲವು ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ