

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΠΡΟΝΟΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΣΜΗΤΟΛΟΓΙΑΣ

Μακιγιάζ και Ελκυστικότητα

Σαρηγιαννίδου Μελίνα

Επόπτης καθηγητής: Μεγακλή Θεογονωσία

Θεσσαλονίκη, 2012

Περίληψη

Η χρήση του μακιγιάζ συμβάλλει στην αύξηση της ελκυστικότητας της γυναίκας κυρίως επειδή ενισχύει τη συμμετρία του προσώπου, βελτιώνει την εμφάνιση του δέρματος και συμβάλλει στην κάλυψη των ατελειών. Αυτό εξηγεί το γεγονός ότι το μακιγιάζ υπάρχει από την αρχαιότητα ως και σήμερα και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης γυναίκας. Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ μακιγιάζ και ελκυστικότητας. Για την εκπλήρωση του σκοπού πραγματοποιήθηκε πειραματική διαδικασία-20 μακιγιάζ και συμπλήρωσή ερωτηματολογίου αναφορικά με τις απόψεις των 100 ερωτηθέντων για την εν λόγω διαδικασία. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας το μακιγιάζ αλλάζει την γυναικεία εμφάνιση και κυρίως την περιοχή των ματιών αλλά και του προσώπου συνολικά. Επιπλέον η μελέτη αποδεικνύει ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ μακιγιάζ και ελκυστικότητας, αφού το πρώτο βελτιώνει τη συνολική εμφάνιση των γυναικών. Τα χαρακτηριστικά που φαίνεται να γίνονται περισσότερο ελκυστικά είναι τα μάτια, το δέρμα και τα ζυγωματικά, ενώ μικρότερη είναι η επιρροή στα χείλη και στα φρύδια.

Λέξεις κλειδιά: ελκυστικότητα, διόρθωση χαρακτηριστικών, μακιγιάζ, έρευνα μακιγιάζ

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	1
Λίστα διαγραμμάτων και πινάκων	3
1. Εισαγωγή.....	4
1.1. Το μακιγιάζ.....	4
1.2. Η ελκυστικότητα	5
1.3. Επίδραση του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα	5
2. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας.....	6
3. Μεθοδολογία έρευνας	8
3.1. Σκοπός και Ερευνητικά ερωτήματα	8
3.2. Μέσα συλλογής δεδομένων.....	8
3.3. Διαδικασία συλλογής δεδομένων	8
3.4. Στατιστική επεξεργασία δεδομένων	9
4. Αποτελέσματα έρευνας	9
4.1. Κοινωνικό – Δημογραφικό προφίλ δείγματος	9
4.2. Συμβολή του Μακιγιάζ.....	12
5. Συζήτηση – Συμπεράσματα.....	15
Βιβλιογραφία.....	16
Παράρτημα 1: Ερωτηματολόγιο έρευνας.....	18
Παράρτημα 2: Μακιγιάζ έρευνας.....	20

Λίστα διαγραμμάτων και πινάκων

Διάγραμμα 1: Κατανομή (%) ως προς το φύλο των ερωτηθέντων	9
Διάγραμμα 2: Κατανομή (%) ως προς την ηλικία των ερωτηθέντων	10
Διάγραμμα 3: Κατανομή (%) ως προς το επάγγελμα των ερωτηθέντων	10
Διάγραμμα 4: Κατανομή (%) ως προς το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων.....	11
Διάγραμμα 5: Κατανομή (%) ως προς τον τόπο διαμονής των ερωτηθέντων.....	11
Διάγραμμα 6: Μέσοι όροι για τα διάφορα σημεία του προσώπου που επηρεάζονται από το μακιγιάζ.....	12
Διάγραμμα 7: Μέσοι όροι για το βαθμό ελκυστικότητας μετά το μακιγιάζ των διαφόρων σημείων του προσώπου	13
Διάγραμμα 8: Κατανομή (%) ως προς τις απαντήσεις των ερωτηθέντων για το χαρακτηριστικό του προσώπου που μετά από το μακιγιάζ κρίνεται ελκυστικότερο	14
Πίνακας 1: Κατανομή (%) των απαντήσεων του δείγματος στην ερώτηση «Σε τι βαθμό το μακιγιάζ άλλαξε τα διάφορα στοιχεία προσώπου;».....	13
Πίνακας 2: Κατανομή (%) των απαντήσεων του δείγματος στην ερώτηση «Σε τι βαθμό επηρεάστηκε η ελκυστικότητα του προσώπου μετά την αλλαγή;»	14

1. Εισαγωγή

1.1. Το μακιγιάζ

Η ιστορία του μακιγιάζ σχετίζεται άμεσα με κοινωνικούς και πολιτισμικούς παράγοντες, ενώ παράλληλα επιδρά στην καταναλωτική συμπεριφορά. Καθώς οι κοινωνικές αλλαγές οδηγούν σε αλλαγές σχετικές με τις αντιλήψεις περί ομορφιάς και ελκυστικότητας, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την εξέταση της ιστορικής εξέλιξης του μακιγιάζ. Εκτιμάται, ότι τα καλλυντικά και το μακιγιάζ χρησιμοποιήθηκαν για πρώτη φορά το 100.000 π.Χ. από τον άνθρωπο του Neanderthal, ο οποίος χρησιμοποιούσε λάσπη και αποξηραμένα φυτά ως προϊόντα μακιγιάζ, σκοπός του οποίου όμως ήταν η δημιουργία καμουφλάζ για το κυνήγι που πραγματοποιούνταν προς αναζήτηση τροφής (Hunt *et. al.*, 2011). Επιπλέον την εν λόγω εποχή το μακιγιάζ χρησιμοποιούνταν τη καθώς επικρατούσε η πεποίθηση ότι τα μακιγιαρισμένα άτομα με τα χρώματα ενός ζώου, θα μπορούσαν να αποκτήσουν και τις δυνάμεις του ζώου αυτού. Για το λόγο αυτό επέλεγαν συγκεκριμένα χρώματα και κυρίως το κίτρινο και το κόκκινο, καθώς αυτά ήταν συνυφασμένα με την ειρήνη και τα χρησιμοποιούσαν στην καθημερινότητά τους (Hunt *et. al.*, 2011).

Πραγματοποιώντας μια περισσότερο αναδρομή στο παρελθόν, θα λέγαμε ότι η ιστορία του μακιγιάζ μπορεί να διαιρεθεί σε τρεις περιόδους. Συγκεκριμένα, η πρώτη περίοδος επεκτείνεται έως τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο, κατά την οποία η χρήση κάποιων καλλυντικών, όπως το ρουζ, συχνά χαρακτηριζόταν ως ανήθικη καθώς οι άνδρες δεν επέλεγαν τις συντρόφους τους με κριτήριο τη φυσική ομορφιά. Κατά τη διάρκεια του πολέμου οι εν λόγω αντιλήψεις δεν άλλαξαν σημαντικά. Οι σημαντικές αλλαγές επήλθαν στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, λόγω των αλλαγών στα κοινωνικά πρότυπα και της αύξησης του αριθμού των γυναικών που συμμετείχαν στη δημόσια ζωή (Soderberg, 1999).

Η δεύτερη περίοδος επεκτείνεται από τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο ως το 1930 και χαρακτηρίζεται από ραγδαία αποδοχή των καλλυντικών στην καθημερινή ζωή. Την περίοδο αυτή η χρήση των καλλυντικών συνδυάστηκε με τη χειραφέτηση των γυναικών και τη συμμετοχή τους στα κοινωνικά δρώμενα. Παράλληλα, δημοσιεύονταν συμβουλές ομορφιάς και νέα στις εφημερίδες και στα περιοδικά της εποχής. Επίσης, επεκτάθηκε σημαντικά η αγορά των καλλυντικών και οι γυναίκες μπορούσαν να επιλέξουν από πληθώρα προϊόντων (Soderberg, 1999).

Τέλος, η τρίτη περίοδος ξεκινά από το 1930 και χαρακτηρίζεται από αύξηση του ναρκισσισμού των γυναικών. Πλέον το μακιγιάζ δεν αντιμετωπιζόταν ως έκφραση ματαιοδοξίας αλλά ως ένα σύνολο προϊόντων που μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν με σκοπό την έκφραση της θηλυκότητας. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 1931 η πλειοψηφία των γυναικών χρησιμοποιούσε καθημερινά ρουζ, κραγιόν, πούδρα προσώπου και βερνίκι νυχιών (Soderberg, 1999).

Τις τελευταίες δεκαετίες η χρήση των καλλυντικών πλέον έχει καθιερωθεί. Δημιουργήθηκαν πρότυπα ομορφιάς και αναπτύχθηκε σημαντικά η αισθητική χειρουργική. Ακόμη, αυξήθηκε το ενδιαφέρον των γυναικών σε θέματα διατροφής ώστε να βελτιώσουν την εικόνα τους και την κατάσταση του δέρματός τους. Για το λόγο αυτό αυξήθηκε η χρήση καλλυντικών και κρεμών που συνεισφέρει στη διατήρηση της κατάστασης του δέρματος, έτσι ώστε να φαίνονται οι γυναίκες περισσότερο υγιείς και νέες (Hunt *et. al.*, 2011).

Όσον αφορά στη χώρα μας, είναι χαρακτηριστικό ότι στην Αρχαία Ελλάδα, τα καλλυντικά και το μακιγιάζ χρησιμοποιούνταν για καλλωπισμό, για ιατρικούς λόγους και για θέματα σχετικά με τη θρησκεία. Ωστόσο, τα καλλυντικά στην Ελλάδα χαρακτηριζόταν από απλότητα και φυσικότητα και συνεπώς ήταν περιορισμένη η χρήση έντονων χρωμάτων. Επίσης, οι Έλληνες απέδιδαν μεγαλύτερη σημασία σε άλλα

χαρακτηριστικά των γυναικών, εκτός της ομορφιάς και της εξωτερικής εμφάνισης, όπως η νοικοκυροσύνη. Τέλος, εκτιμάται ότι οι Έλληνες παρήγαγαν την πρώτη καλλυντική κρέμα, αναμειγνύοντας κεριά μέλισσας, ροδόδερο και ελαιόλαδο (Hunt *et.al.*, 2011).

1.2. Η ελκυστικότητα

Η ελκυστικότητα είναι ιδιαίτερα σημαντική στις διαπροσωπικές σχέσεις καθώς μέσω αυτής είναι εφικτή η ανταλλαγή μη – λεκτικών πληροφοριών μεταξύ των ατόμων. Χρησιμοποιείται δηλαδή για επικοινωνιακούς λόγους, ενώ η μορφή της φυσικής ελκυστικότητας ποικίλει εξαιτίας των διαφορετικών πολιτιστικών χαρακτηριστικών και διαφοροποιείται με το πέρασμα των χρόνων. Η σύγχρονη κοινωνία αποδίδει πολύ σημαντικό ρόλο στη φυσική ελκυστικότητα και για το λόγο αυτό, ιδιαίτερα οι γυναίκες, προσπαθούν να βελτιώσουν την εξωτερική τους εμφάνιση μέσω της άσκησης, της υγιεινής διατροφής και της χρήσης καλλυντικών (Graham & Jouhar, 1980).

Το πρόσωπο του ατόμου έχει αποτελέσει σε πολλές περιπτώσεις αντικείμενο μελέτης όσον αφορά στην ελκυστικότητα (Samson *et. al.*, 2010; Rhodes, 2006). Για το λόγο αυτό έχει αναπτυχθεί πληθώρα προϊόντων και θεραπειών που συμβάλλουν στη βελτίωση του δέρματος και στην ενίσχυση της ελαστικότητας του προσώπου, με σκοπό την αύξηση της ελκυστικότητας. Παράλληλα, αναπτύσσονται προϊόντα και μέθοδοι με σκοπό την ενίσχυση της ελκυστικότητας και την αποκατάσταση προβλημάτων σε πρόσωπα που έχουν εκτεθεί στην ηλιακή ακτινοβολία, έτσι ώστε να μειωθούν οι ρυτίδες του προσώπου και οι δυσχρωμίες (Gilchrest, 1996).

Συνεπώς, οι γυναίκες στην προσπάθειά τους να γίνουν περισσότερο ελκυστικές χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους και μέσα, μεταξύ των οποίων και τα καλλυντικά και το μακιγιάζ. Για το λόγο αυτό σήμερα η βιομηχανία καλλυντικών θεωρείται μία από τις πλέον επιτυχημένες και κερδοφόρες σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακόμη, οι γυναίκες προσπαθούν να είναι περισσότερο ελκυστικές καθώς εκτιμούν ότι η ελκυστικότητα επιδρά θετικά στη βελτίωση της ευημερίας και της διάθεσης (Walter *et.al.*, 1999).

1.3. Επίδραση του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα

Οι Graham & Jouhar (1980) μελέτησαν τη σημασία της εξωτερικής εμφάνισης, εστιάζοντας στο πρόσωπο και στο κεφάλι, και στη συμβολή της στη φυσική ελκυστικότητα. Παρατήρησαν ότι παρά το γεγονός ότι το μακιγιάζ χρησιμοποιείται μεταξύ άλλων για να χειραγωγήσει τη φυσική ελκυστικότητα, οι πληροφορίες για τα οφέλη που αποφέρουν για το ίδιο το άτομο είναι περιορισμένες. Για το λόγο αυτό μελέτησαν την επίδραση του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα σε συνδυασμό με τα οφέλη που έχει το άτομο, όπως η βελτίωση της αυτοπεποίθησης και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει θετική συσχέτιση.

Επίσης, παρατηρείται ότι η χρήση μακιγιάζ συμβάλλει στην αύξηση της ελκυστικότητας καθώς ενισχύει τη συμμετρία του προσώπου. Έτσι, η χρήση make – up βελτιώνει την εμφάνιση του δέρματος και συμβάλλει στην κάλυψη των ατελειών, ενώ παράλληλα τα μάτια και τα χείλη φαίνονται μεγαλύτερα (Perrett *et. al.*, 1999). Ακόμη, οι Jones *et. al.* (2001) παρατήρησαν ότι τα συμμετρικά και με μακιγιάζ πρόσωπα θεωρούνται περισσότερο υγιή. Συνεπώς, οι γυναίκες μπορούν να χρησιμοποιούν τα καλλυντικά και το μακιγιάζ για να βελτιώσουν την ελκυστικότητά τους, καθώς επίσης και τη συμμετρία του προσώπου τους. Με τον τρόπο αυτό μπορούν να διαμορφώσουν μια εικόνα περισσότερο υγιή και δυναμική.

2. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Μέχρι σήμερα διάφορες μελέτες έχουν πραγματοποιηθεί σχετικά με την επίδραση του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα. Συγκεκριμένα, οι Workman & Johnson (1991) μελέτησαν την επίδραση του μακιγιάζ στη δημιουργία εντυπώσεων. Ειδικότερα, μελετήθηκαν τρεις τύποι μακιγιάζ, βαρύ, μέτριο και ελαφρύ, ενώ στην έρευνα συμμετείχαν 85 γυναίκες, στις οποίες παρουσιάστηκαν έγχρωμες φωτογραφίες επαγγελματία μοντέλου με τους τρεις αυτούς τύπους μακιγιάζ αλλά και χωρίς καθόλου μακιγιάζ. Παρατηρήθηκε ότι, χρησιμοποιώντας κλίμακα Likert 7 βαθμίδων για την ελκυστικότητα, τη θηλυκότητα, την προσωπική ιδιοσυγκρασία, την προσωπικότητα και την ηθική, η χρήση μακιγιάζ επηρεάζει σημαντικά την εντύπωση των συμμετεχόντων ως προς την ελκυστικότητα και τη θηλυκότητα του μοντέλου.

Επίσης οι Graham & Jouhar (1981) μελέτησαν την επίδραση των καλλυντικών και του μακιγιάζ στην ψυχολογία του ατόμου, ενώ η βασική υπόθεση της έρευνας ήταν το γεγονός ότι το μακιγιάζ καθιστά τους ανθρώπους περισσότερο ελκυστικούς. Για το λόγο αυτό έγχρωμες φωτογραφίες γυναικών με μέτρια φυσική ελκυστικότητα διανεμήθηκαν σε 16 άνδρες και 16 γυναίκες ώστε να τις κρίνουν. Η έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η χρήση καλλυντικών και μακιγιάζ προσώπου συμβάλλει στη βελτίωση της άποψης των ερωτηθέντων για την εμφάνιση ενός ατόμου.

Οι Mulhern et. al (2003) μελέτησαν το βαθμό στον οποίο τα καλλυντικά μπορούν να βελτιώσουν την ελκυστικότητα στο πρόσωπο μιας γυναίκας. Επίσης, προσπάθησαν να προσδιορίσουν το βαθμό στον οποίο συνεισφέρει κάθε είδος καλλυντικών και μακιγιάζ προσώπου. Στην έρευνα αυτή συμμετείχαν 10 εθελόντριες, την επιμέλεια των οποίων ανέλαβαν αισθητικοί έτσι ώστε: 1) κάποιες να μην έχουν καθόλου make – up, κάποιες να έχουν μόνο make – up, κάποιες να έχουν μόνο κραγιόν και κάποιες να έχουν πλήρες μακιγιάζ προσώπου. Στη συνέχεια οι εθελόντριες φωτογραφήθηκαν και οι φωτογραφίες αυτές διανεμήθηκαν σε άντρες και γυναίκες ώστε να τις κατατάξουν από τις περισσότερο ελκυστικές στις λιγότερο ελκυστικές. Η μελέτη κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι γυναίκες με πλήρες μακιγιάζ προσώπου είναι περισσότερο ελκυστικές από τις γυναίκες χωρίς make up. Τέλος, υπήρχαν διαφορές ως προς το φύλο καθώς οι γυναίκες έκριναν ότι στην ελκυστικότητα συμβάλλει κυρίως το μακιγιάζ στα μάτια, ενώ οι άντρες ότι συμβάλλει τόσο το μακιγιάζ στα μάτια όσο και το make – up. Ωστόσο, κατά την έρευνα αυτή επίσης παρατηρήθηκε ότι το κραγιόν δε φάνηκε να συμβάλλει στην ελκυστικότητα.

Σε αντίθετα αποτελέσματα κατέληξε η μελέτη του Gueguen (2012) ο οποίος μελέτησε την επίδραση του κόκκινου κραγιόν στην ελκυστικότητα και στο ενδιαφέρον των ανδρών προς τις γυναίκες που έχουν κόκκινο κραγιόν. Για το λόγο αυτό στην έρευνα συμμετείχαν γυναίκες οι οποίες είχαν κόκκινο, ροζ, καφέ ή καθόλου κραγιόν. Η έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι το κόκκινο κραγιόν καθιστά τις γυναίκες περισσότερο ελκυστικές στους άνδρες. Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξε και ο Schaffer (2007) ο οποίος παρατήρησε ότι οι γυναίκες που έχουν κόκκινο κραγιόν θεωρούνται περισσότερο ελκυστικές.

Ακόμη, οι Stephen & McKeegan (2010) παρατήρησαν ότι οι γυναίκες που έχουν κόκκινο κραγιόν θεωρούνται περισσότερο ελκυστικές και θηλυκές. Συγκεκριμένα, το κόκκινο κραγιόν δημιουργεί την αντίληψη ότι οι γυναίκες αυτές έχουν με υψηλά επίπεδα οιστρογόνων και είναι περισσότερο υγιείς σε σύγκριση με τις γυναίκες που δεν έχουν κόκκινο κραγιόν.

Οι Samson et.al (2010), βασιζόμενοι στην εξελικτική ψυχολογία, σύμφωνα με την οποία κάποια πρότυπα ομορφιάς έχουν εξελιχθεί ώστε να παρέχουν αξιόπιστες ενδείξεις για τη γονιμότητα και την ομορφιά, διερεύνησαν την επίδραση του μακιγιάζ προσώπου στην ελκυστικότητα. Έτσι, συμπεριέλαβαν παράγοντες όπως η συμμετρία και η κατάσταση του δέρματος και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι παράγοντες αυτοί επιδρούν σημαντικά στην ελκυστικότητα και είναι εξίσου σημαντικοί όσο και η ηλικία και η υγεία.

Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξαν και οι Fink et.al (2011). Συγκεκριμένα, στη μελέτη αυτή εξετάστηκε η επίδραση του μακιγιάζ προσώπου και της κατάστασης του δέρματος, ιδιαίτερα στο πρόσωπο, στην ελκυστικότητα, καθώς επίσης και την επίδραση των παραγόντων αυτών στην ελκυστικότητα σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες, όπως η ηλικία αλλά και η κατάσταση του δέρματος σε άλλα σημεία του

σώματος. Για το λόγο αυτό συλλέχθηκαν και επεξεργάστηκαν φωτογραφίες από 52 γυναίκες, ηλικίας από 45 έως 65 ετών, ενώ στην έρευνα συμμετείχαν 240 άτομα, που κλήθηκαν να σχολιάσουν τις φωτογραφίες αυτές. Η έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η ηλικία και το μακιγιάζ προσώπου συμβάλλουν σημαντικά στην ελκυστικότητα, ωστόσο σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η κατάσταση του δέρματος, τόσο στο πρόσωπο, όσο και στο σώμα.

Με την επίδραση της ηλικίας ασχολήθηκαν επίσης και οι Graham & Kligman (1985), οι οποίοι μελέτησαν τη σχέση μεταξύ της φυσικής ελκυστικότητας, της χρήσης μακιγιάζ και της αυτοαντίληψης σε ηλικιωμένες γυναίκες. Στην έρευνα συμμετείχαν 16 γυναίκες υψηλής ελκυστικότητας και 16 γυναίκες χαμηλής ελκυστικότητας και κλήθηκαν να αξιολογήσουν τη συμπεριφορά τους, την εμφάνιση τους κ.α. Η έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι περισσότεροι ελκυστικές από τις συμμετέχουσες θεωρούσαν ότι είναι περισσότερο υγιείς, ευημερείς, αισιόδοξες και χαρούμενες. Επίσης, παρατηρήθηκε ότι τα οφέλη από τη χρήση καλλυντικών και μακιγιάζ ήταν περισσότερα για τις λιγότερο ελκυστικές γυναίκες καθώς συνέβαλε σημαντικά στη βελτίωση της ψυχολογικής τους κατάστασης.

Επιπρόσθετα, οι Cash et.al (1989) πραγματοποίησαν έρευνα σε 38 Αμερικανίδες, για το μακιγιάζ προσώπου που χρησιμοποιούν στην καθημερινότητα τους. Η έρευνα έδειξε ότι τόσο οι γυναίκες όσο και οι άνδρες έδειχναν χαμηλότερη προτίμηση προς τις γυναίκες που δεν έχουν καθόλου μακιγιάζ. Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξαν και οι Miller & Cox (1982) οι φθάνουν στο συμπέρασμα ότι η χρήση μακιγιάζ βελτιώνει την εξωτερική εμφάνιση των γυναικών και τις καθιστά περισσότερο ελκυστικές. Ακόμη, οι Richetin et.al (2007) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η χρήση καλλυντικών και μακιγιάζ συμβάλλει στη βελτίωση των κοινωνικών χαρακτηριστικών που αποδίδονται στις γυναίκες με μακιγιάζ, οι οποίες αξιολογούνται περισσότερο θετικά.

Οι Nash et. al (2006) μελέτησαν εάν η χρήση μακιγιάζ επηρεάζει 4 κοινωνικά χαρακτηριστικά των γυναικών. Στην έρευνα συμμετείχαν 152 άνδρες και 171 γυναίκες, οι οποίοι χωρίστηκαν σε δύο ομάδες και μοιράστηκαν σε αυτούς φωτογραφίες γυναικών που είχαν μακιγιάζ και γυναικών που δεν είχαν καθόλου μακιγιάζ. Η έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι γυναίκες που έχουν μακιγιάζ θεωρούν περισσότερο υγιείς και περισσότερο σίγουρες για τον εαυτό τους σε σύγκριση με τις γυναίκες που δεν έχουν καθόλου μακιγιάζ. Επίσης, οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι οι γυναίκες με μακιγιάζ έχουν περισσότερες δυνατότητες και θέσεις εργασίας με υψηλότερο γόητρο σε σύγκριση με τις γυναίκες χωρίς μακιγιάζ. Συνεπώς, παρατηρείται ότι οι γυναίκες μπορούν να χρησιμοποιούν τα καλλυντικά και το μακιγιάζ ώστε να διαχειρίζονται τον τρόπο που γίνονται αποδεκτές από το κοινωνικό σύνολο και μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως προτέρημα σε κάποιες περιπτώσεις, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση συνέντευξης για μια θέση εργασίας.

Ωστόσο, θα πρέπει να αναφερθεί ότι σε κάποιες περιπτώσεις η χρήση μακιγιάζ μπορεί να μην οδηγήσει στη δημιουργία θετικής εικόνας. Συγκεκριμένα, οι Kyle & Mahler (1996) παρατήρησαν ότι οι γυναίκες που έχουν μακιγιάζ χαρακτηρίζονται λιγότερο ανταγωνιστικές και θεωρείται ότι λαμβάνουν χαμηλότερους μισθούς σε σύγκριση με τις γυναίκες που δεν έχουν μακιγιάζ. Αυτό συμβαίνει καθώς οι γυναίκες με μακιγιάζ θεωρούνται περισσότερο θηλυκές και εν συνεχεία η θηλυκότητα συνδέεται αρνητικά με την αυτοπεποίθηση και την αυτοδυναμία. Κάτι τέτοιο επηρεάζει αρνητικά τις αντιλήψεις για τις αρμοδιότητες μιας γυναίκας, καθιστώντας την λιγότερο ελκυστική.

«Σε μια εποχή βέβαια που η εμφάνιση και η ελκυστικότητα κατέχουν σημαντικό ρόλο και το άτομο κρίνεται μέσω της εμφάνισης και της ελκυστικότητας των χαρακτηριστικών του, είναι κανόνας ότι όποιος δεν πληρεί τα κριτήρια της επιβαλλόμενης και σύγχρονης αισθητικής να αισθάνεται άγχος και να βιώνει δυσαρέσκεια, αρνητική εκτίμηση του εαυτού του και χαμηλή αυτοεκτίμηση» (Μεγακλή, 2008, σ. 95). Σε μελέτη των επιδράσεων της άσκησης και της αισθητικής παρέμβασης με μακιγιάζ 80 γυναικών στην ελκυστικότητα και την σωματική ικανοποίηση με πραγματοποίηση μετρήσεων πριν και μετά το πείραμα τα αποτελέσματα έδειξαν θετική αλλαγή στη σωματική κάθεξη, μεγαλύτερη στην ομάδα που έκανε άσκηση και μακιγιάζ, η οποία μάλιστα ενίσχυσε και τη γενική αυτοεκτίμηση της (Μεγακλή, 2008).

3. Μεθοδολογία έρευνας

3.1. Σκοπός και Ερευνητικά ερωτήματα

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι μελέτη της συμβολής του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα της γυναίκας. Για την εκπλήρωση του σκοπού έγινε προσπάθεια να απαντηθούν τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποια χαρακτηριστικά προσώπου και σε τι βαθμό αλλάζουν μέσω του μακιγιάζ;
2. Πως επηρεάζει το μακιγιάζ τον βαθμό ελκυστικότητας των διαφόρων χαρακτηριστικών του προσώπου;

3.2. Μέσα συλλογής δεδομένων

Το μέσο συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιήθηκε για την παρούσα έρευνα ήταν το ερωτηματολόγιο. Αυτό αποτελείται από τρεις ενότητες και οχτώ (8) ερωτήσεις (βλ. Παράρτημα 1).

Στην πρώτη ενότητα συμπεριλαμβάνονται ερωτήσεις που εξετάζουν τα κοινωνικό δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων (φύλο, ηλικία, επάγγελμα, μορφωτικό επίπεδο, τόπος διαμονής). Ο σκοπός των εν λόγω ερωτήσεων είναι να προσφέρουν τη δυνατότητα για διαμόρφωση του προφίλ του δείγματος.

Η δεύτερη ενότητα αποτελείται από μία (1) ερώτηση με έξι (6) υποερωτήσεις σκοπός των οποίων είναι να διερευνήσουν τον βαθμό στον οποίο το μακιγιάζ αλλάζει τα διάφορα χαρακτηριστικά προσώπου της γυναίκας. Οι πιθανές απαντήσεις είναι σε εξαβάθμια κλίμακα η οποία ξεκινάει από την απάντηση «καθόλου» έως την απάντηση «άριστα».

Η τρίτη ενότητα του ερωτηματολογίου αποτελείται από δύο (2) ερωτήσεις. Η πρώτη συμπεριλαμβάνει έξι (6) υποερωτήσεις που εξετάζουν την επιρροή του μακιγιάζ στο βαθμό ελκυστικότητας των διαφόρων χαρακτηριστικών προσώπου. Οι απαντήσεις και πάλι δίνονται σε εξαβάθμια κλίμακα από «καθόλου» έως «άριστα». Η τελευταία ερώτηση αποτελείται από έξι (6) απαντήσεις, από τις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει μόνο μία εκφράζοντας την άποψη του αναφορικά με το ποιο από τα χαρακτηριστικά προσώπου είναι περισσότερο ελκυστικό μετά την διαδικασία του μακιγιάζ.

3.3. Διαδικασία συλλογής δεδομένων

Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε δείγμα 100 ατόμων με διαφορετικά κοινωνικό – δημογραφικά χαρακτηριστικά. Πριν τη συμπλήρωση αυτών, οι ερωτώμενοι είδαν φωτογραφίες από του αντίστοιχου προσώπου πριν και μετά το μακιγιάζ έτσι ώστε να αξιολογήσουν και να απαντήσουν αντίστοιχα στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

Αναφορικά με τα μακιγιάζ που έγιναν, χρησιμοποιήθηκαν 20 γυναίκες ηλικίας από 17 ως 30 χρόνων οι οποίες φωτογραφήθηκαν αρχικά χωρίς μακιγιάζ και στις οποίες στη συνέχεια έγινε ολοκληρωμένο μακιγιάζ βραδινού τύπου, αλλαγή και διόρθωση των φρυδιών τους όπου κρίθηκε απαραίτητο και βελτίωση όλων των χαρακτηριστικών ατελειών τους. Το μακιγιάζ έγινε σε ινστιτούτο ομορφιάς και χρησιμοποιήθηκαν καλλυντικά επώνυμης εταιρίας προϊόντων. Σημειώνεται ότι στα μοντέλα πραγματοποιήθηκε αρχικά ντεμακιγιάζ προσώπου ώστε το δέρμα να είναι καθαρό και έτοιμο να δεχτεί τα προϊόντα ομορφιάς καθώς και για να αποτυπωθεί με επιτυχία η αλλαγή στο πρόσωπο ως προς την ελκυστικότητά του. Η σειρά με την οποία έγινε το μακιγιάζ αναλυτικά ήταν η εξής :

1. Ντεμακιγιάζ προσώπου (με χρήση γαλακτώματος και λοσιόν)
2. Διόρθωση σχημάτων φρυδιών
3. Κάλυψη δερματικών ατελειών με χρήση make – up και consealer
4. Φωτοσκιάσεις στα επιμέρους χαρακτηριστικά του προσώπου (σχήμα προσώπου, ζυγωματικά, μύτη)
5. Τοποθέτηση σκιών, Eye Liner, μολύβι και μάσκα στα μάτια
6. Διόρθωση σχήματος χειλιών με χρήση κραγιόν και μολυβιού

Τα μακιγιάζ διήρκησαν μία (1) ώρα το καθένα και μετά το πέρας του τα μοντέλα φωτογραφήθηκαν ξανά αυτή τη φορά με μακιγιάζ. Στη συνέχεια στο τελικό στάδιο οι φωτογραφίες των μοντέλων εντάχθηκαν στο ερωτηματολόγιο έτσι όπως αυτό παρουσιάστηκε στην προηγούμενη ενότητα με σκοπό να διερευνηθεί η αλλαγή και η επιρροή στην ελκυστικότητα στα διαφορετικά χαρακτηριστικά του προσώπου των μοντέλων (χρώμα δέρματος, μάτια, φρύδια, ζυγωματικά, χείλη, πρόσωπο συνολικά).

3.4. Στατιστική επεξεργασία δεδομένων

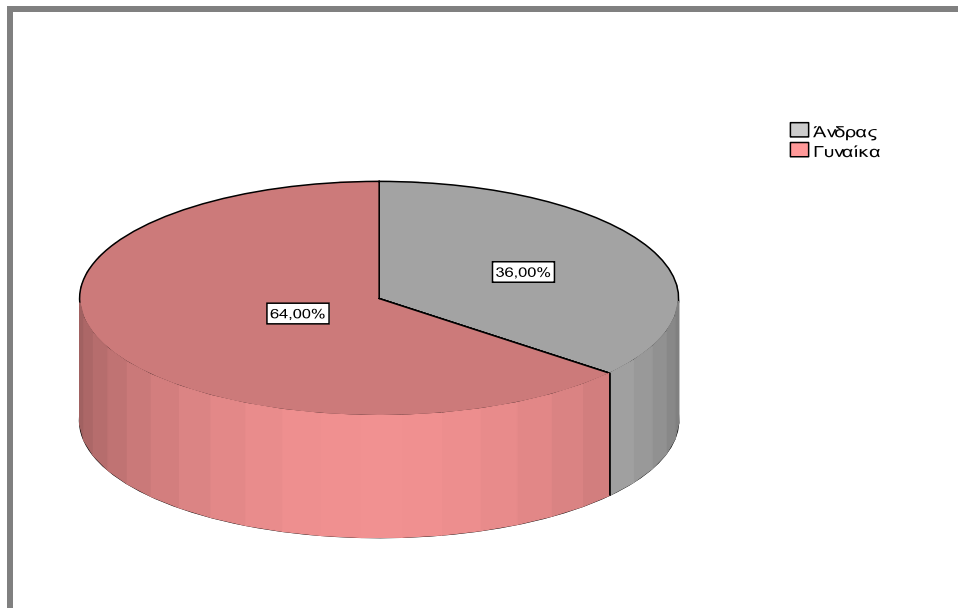
Η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε με την χρήση του προγράμματος SPSS 17. Ειδικότερα μετά την κωδικοποίηση των ερωτήσεων, οι απαντήσεις των 100 ερωτηματολογίων εισάχθηκαν στο πρόγραμμα. Πραγματοποιήθηκε περιγραφική ανάλυση μέσω διαγραμμάτων – πινάκων και παρουσίαση των βασικότερων περιγραφικών μέτρων για την κάθε μια ερώτηση (ποσοστό, συχνότητα, μέσος όρος).

4. Αποτελέσματα έρευνας

4.1. Κοινωνικό – Δημογραφικό προφίλ δείγματος

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται στοιχεία για το κοινωνικό – δημογραφικό προφίλ του δείγματος.

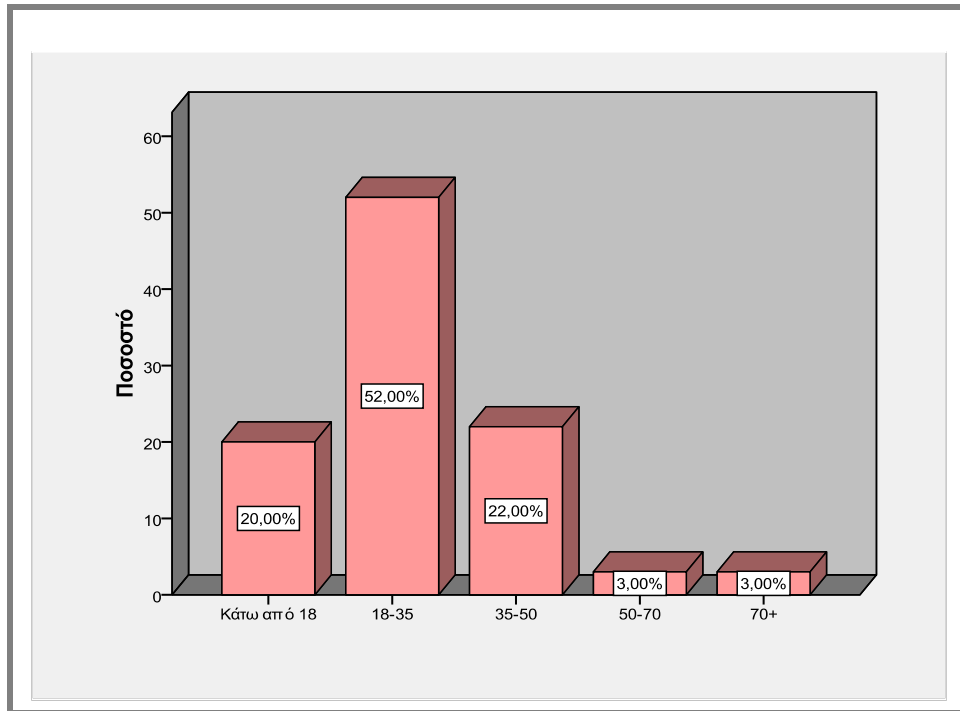
Όπως απεικονίζεται στο διάγραμμα 1, από το σύνολο των 100 ερωτηθέντων, το 64.0% είναι γυναίκες, ενώ το υπόλοιπο 36.0% άνδρες.



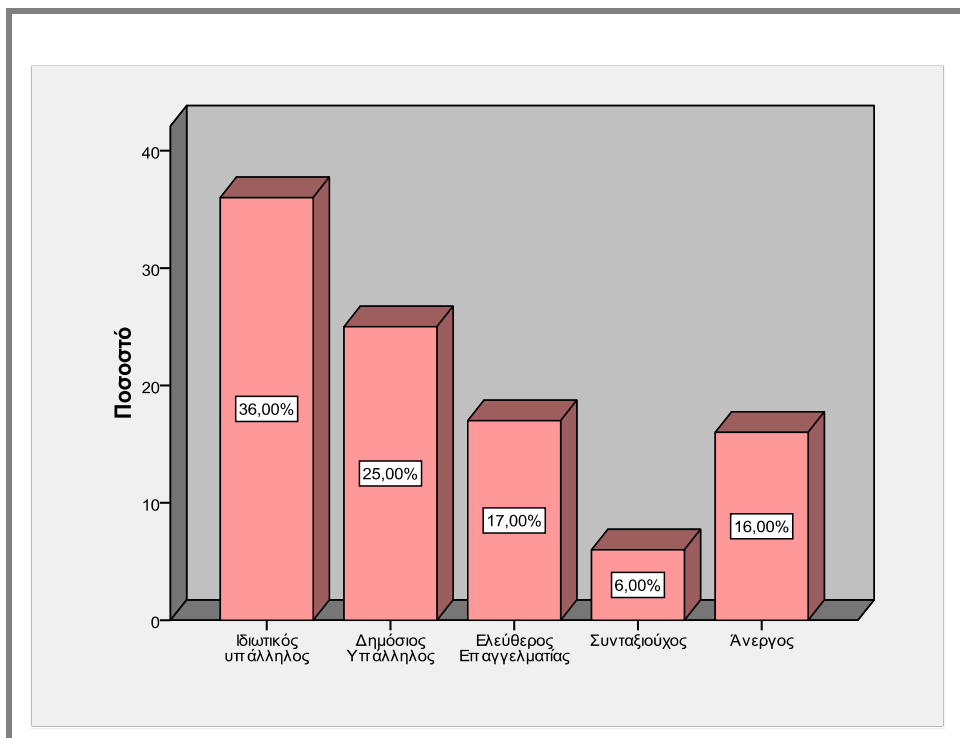
Διάγραμμα 1: Κατανομή (%) ως προς το φύλο των ερωτηθέντων

Αναφορικά με την ηλικία των ερωτηθέντων, σχεδόν το μισό δείγμα (52.0%), αποτελείται από άτομα σε ηλικία μεταξύ 18-35 ετών. Ακολουθούν οι ερωτώμενοι από 35 έως 50 ετών (22.0%), αλλά και οι νέοι κάτω των 18 ετών (20.0%). Μόλις το 3.0% είναι σε ηλικία από 50 έως 70 ετών, όσο ακριβώς και αυτοί άνω των 70 ετών (βλ. διάγραμμα 2).

Από την άλλη όπως απεικονίζεται στο διάγραμμα 3, το 36.0% του συνόλου του δείγματος είναι Ιδιωτικοί υπάλληλοι. Ακολουθούν οι Δημόσιοι υπάλληλοι με ποσοστό 25.0%, οι Ελεύθεροι επαγγελματίες (17.0%), οι άνεργοι (16.0%) και οι συνταξιούχοι (6.0%).

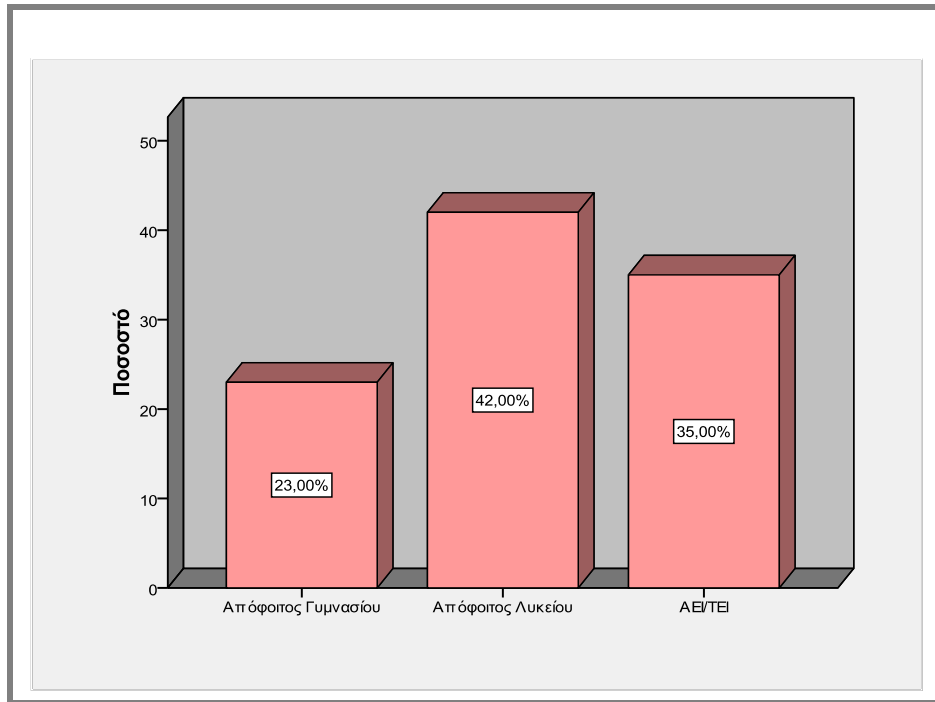


Διάγραμμα 2: Κατανομή (%) ως προς την ηλικία των ερωτηθέντων



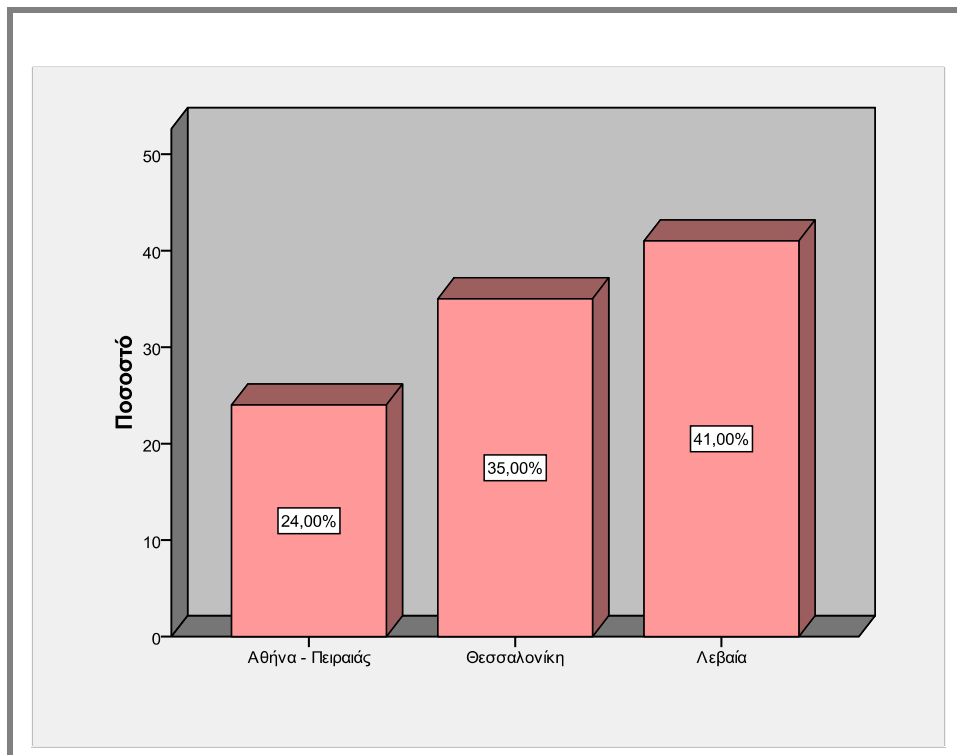
Διάγραμμα 3: Κατανομή (%) ως προς το επάγγελμα των ερωτηθέντων

Εξετάζοντας το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι με ποσοστό 42.0% είναι Απόφοιτοι Λυκείου. Ακολουθούν τα άτομα που έχουν αποφοιτήσει από ΑΕΙ/ ΤΕΙ (35.0%) και τέλος αυτά που έχουν αποφοιτήσει από το Γυμνάσιο (23.0%) (βλ. διάγραμμα 4).



Διάγραμμα 4: Κατανομή (%) ως προς το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων

Τέλος αναφορικά με τον τόπο διαμονής όπως απεικονίζεται στο διάγραμμα 5, το 41% του δείγματος διαμένει στο χωριό Λεβαία. Ακολουθούν τα άτομα από τη Θεσσαλονίκη με ποσοστό 35.0%, καθώς και αυτά από την Αθήνα – Πειραιά με ποσοστό 24.0%.

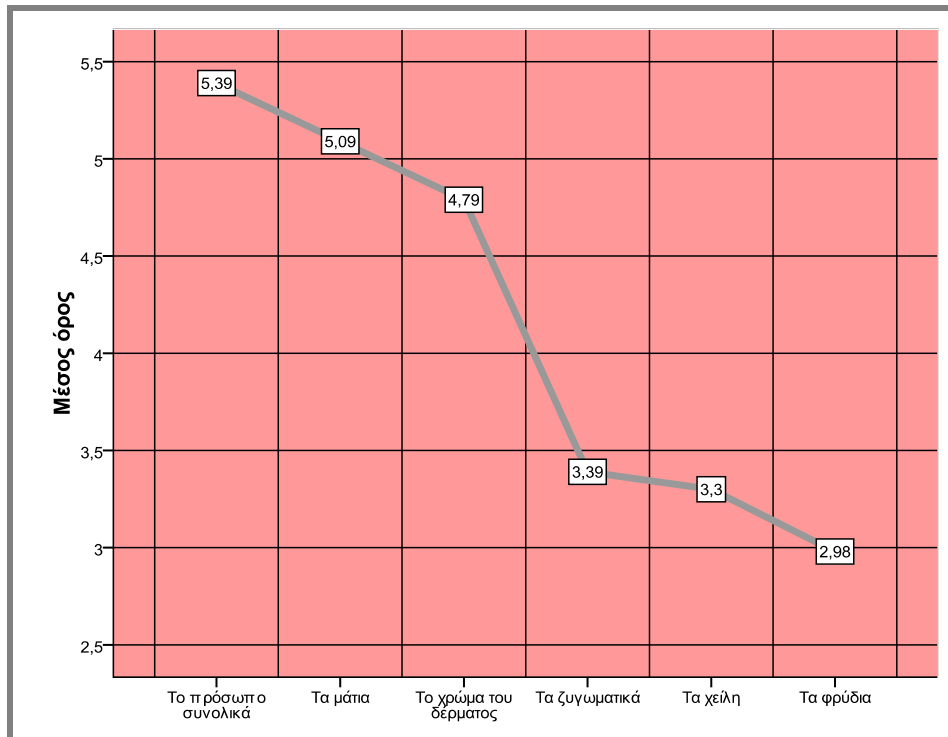


Διάγραμμα 5: Κατανομή (%) ως προς τον τόπο διαμονής των ερωτηθέντων

4.2. Συμβολή του Μακιγιάζ

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα που απεικονίζονται στο διάγραμμα 6, παρατηρείται ότι κατά μέσο όρο και με σειρά προτεραιότητας, οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι το μακιγιάζ άλλαξε κυρίως «το πρόσωπο συνολικά» ($M = 5.39$), «τα μάτια» ($M = 5.09$) και «το χρώμα του δέρματος» ($M = 4.79$).

Μέτρια είναι συμβολή «στα ζυγωματικά» ($M = 3.39$) και «στα χείλη» ($M = 3.30$) και σχετικά μικρή «στα φρύδια» ($M = 2.98$).



Διάγραμμα 6: Μέσοι όροι για τα διάφορα σημεία του προσώπου που επηρεάζονται από το μακιγιάζ

Αναλυτικότερα, στον πίνακα 1, παρουσιάζονται τα ποσοστά των απαντήσεων για το κάθε ένα σημείο του προσώπου.

Ειδικότερα, το 9.0% του συνόλου του δείγματος θεωρεί ότι το μακιγιάζ άλλαξε «πολύ» το πρόσωπο συνολικά. Επιπλέον το 43.0% έχει δώσει την απάντηση «πάρα πολύ», το 48.0% «άριστα», ενώ δεν υπάρχουν αρνητικές απαντήσεις.

Αναφορικά με την αλλαγή στα μάτια, το 9.0% έχει απαντήσει «πολύ», το 29.0% «πάρα πολύ» ενώ επιπλέον το 49.0% έχει δώσει την απάντηση «άριστα». Ένα ποσοστό της τάξεως του 10.0% δεν έχει ξεκάθαρη άποψη, ενώ αθροιστικά το 3.0% διατηρεί αρνητική στάση για την αλλαγή που δημιουργεί το μακιγιάζ στα μάτια.

Για το χρώμα του δέρματος, το 36.0% έχει απαντήσει «πολύ», το 28.0% «πάρα πολύ» ενώ επιπλέον το 21.0% έχει δώσει την απάντηση «άριστα». Μόλις το 1.0% έχει απαντήσει «μέτρια» και αθροιστικά ο 4.0% αρνητικά.

Για τη συμβολή στα ζυγωματικά, οι απόψεις δεν είναι πολύ ξεκάθαρες, καθώς ενώ το 42.0% του συνόλου θεωρεί ότι το μακιγιάζ άλλαξε «πολύ» τα ζυγωματικά και το 10.0% «πάρα πολύ», ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 32.0% διατηρεί ουδέτερη στάση, ενώ αθροιστικά το 16.0% αρνητική.

Παρόμοια είναι τα αποτελέσματα για τη συμβολή του μακιγιάζ στα χείλη. Το 16.0% έχει δώσει την απάντηση «πολύ», το 3.0% «πάρα πολύ» και το 11.0% «άριστα». Το μισό δείγμα όμως (51.0%) θεωρεί ότι η αλλαγή ήταν μέτρια, ενώ επιπλέον το 13.0% έχει δώσει την απάντηση «λίγο» και το 6.0% «καθόλου».

Τέλος, σύμφωνα με τις απόψεις των ερωτηθέντων το μακιγιάζ άλλαξε σε μικρότερο βαθμό τα φρύδια. Ειδικότερα το 37.0% έχει δώσει την απάντηση «πολύ», το 32.0% «μέτρια», το 23.0% «λίγο» και το 8.0% «καθόλου».

Πίνακας 1: Κατανομή (%) των απαντήσεων του δείγματος στην ερώτηση «Σε τι βαθμό το μακιγιάζ άλλαξε τα διάφορα στοιχεία προσώπου;»

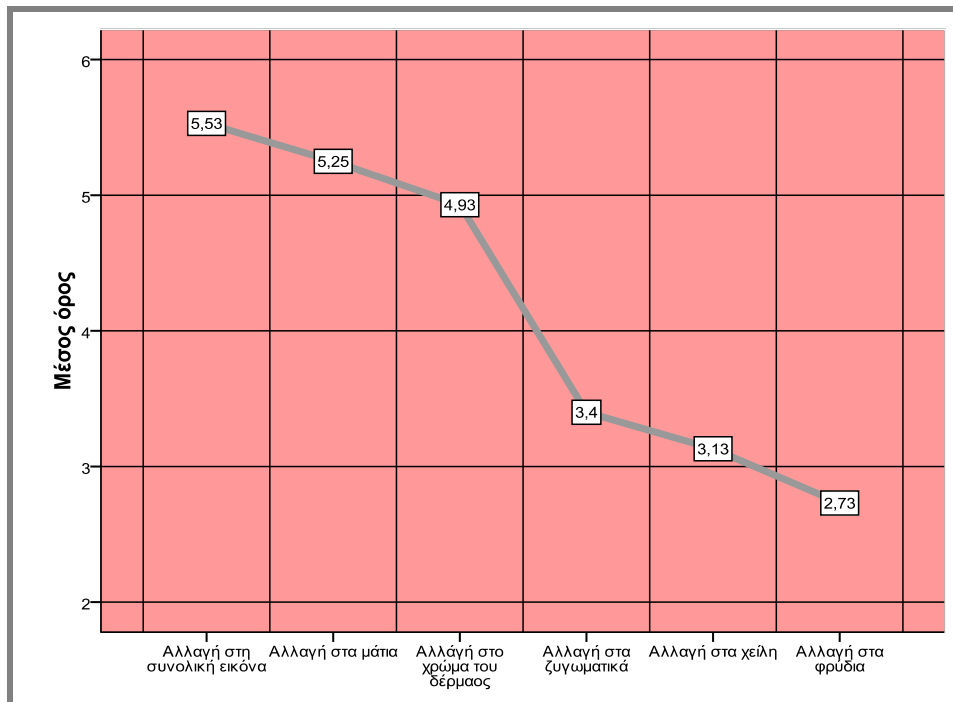
ΑΛΛΑΞΕ ΜΕ ΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ:	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Άριστα
Το χρώμα του δέρματος	2.0	2.0	1.0	36.0	28.0	21.0
Τα μάτια	2.0	1.0	10.0	9.0	29.0	49.0
Τα φρύδια	8.0	23.0	32.0	37.0	-	-
Τα ζυγωματικά	7.0	9.0	32.0	42.0	10.0	-
Τα χείλη	6.0	13.0	51.0	16.0	3.0	11.0
Το πρόσωπο συνολικά	-	-	-	9.0	43.0	48.0

4.3. Επιρροή στην ελκυστικότητα του προσώπου

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τον βαθμό στον οποίο επηρεάστηκε η ελκυστικότητα του προσώπου μετά την αλλαγή.

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα που απεικονίζονται στο διάγραμμα 7, φαίνεται ότι κατά μέσο όρο και με σειρά προτεραιότητας, οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι μετά το μακιγιάζ επηρεάστηκε περισσότερο η ελκυστικότητα «της συνολικής εικόνας» (M = 5.53), «των ματιών» (M = 5.25) και «το χρώματος του δέρματος» (M = 4.93).

Μέτρια είναι η επιρροή της ελκυστικότητας «των ζυγωματικών» (M = 3.40) και «των χειλιών» (M = 3.13) και μικρότερη «των φρυδιών» (M = 2.73).



Διάγραμμα 7: Μέσοι όροι για το βαθμό ελκυστικότητας μετά το μακιγιάζ των διαφόρων σημείων του προσώπου

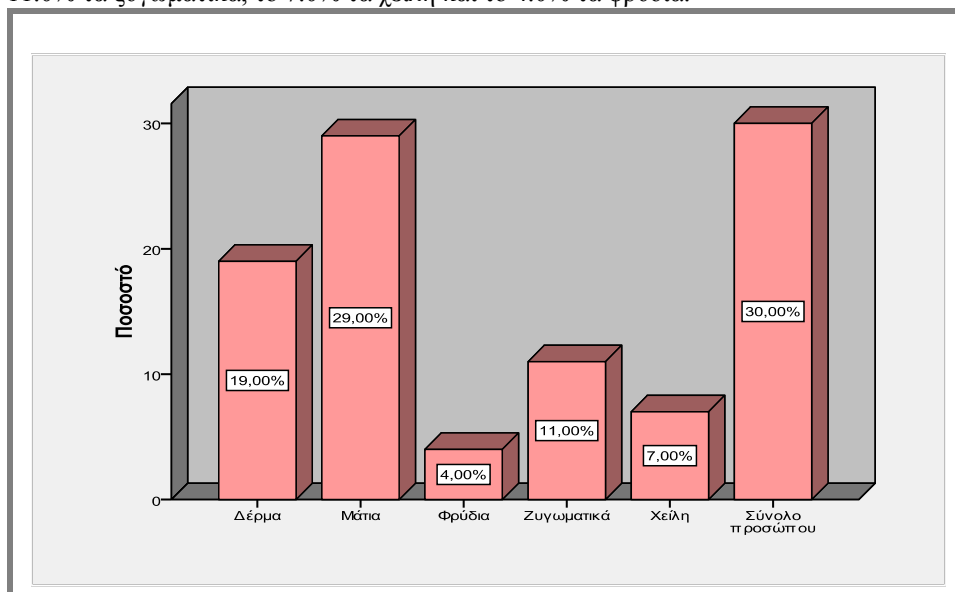
Ειδικότερα από τα αποτελέσματα του πίνακα 2, συμπεράνουμε ότι το 47.0% του συνόλου του δείγματος θεωρεί ότι η ελκυστικότητα της συνολικής εικόνας επηρεάστηκε «πάρα πολύ», ενώ το 53.0% έχει δώσει την απάντηση «άριστα».

Παρόμοια είναι και τα αποτελέσματα για την αλλαγή στα μάτια, αφού το 9.0% θεωρεί ότι ελκυστικότητα αυτών επηρεάστηκε «πολύ», το 57.0% «πάρα πολύ», ενώ το 34.0% «άριστα». Επιπλέον το 9.0% του δείγματος δηλώνει ότι η ελκυστικότητα του χρώματος του δέρματος επηρεάστηκε «πολύ». Το 38.0% έχει δώσει την απάντηση «πάρα πολύ», το 36.0% «άριστα» και μόλις το 17.0% διατηρεί ουδέτερη στάση. Η ελκυστικότητα των ζυγωματικών επηρεάζεται μέτρια προς θετικά, αφού το 24.0% έχει δώσει την απάντηση «μέτρια», το 29.0% «πολύ», το 21.0% «πάρα πολύ», ενώ αθροιστικά το 26.% έχει δώσει αρνητική απάντηση. Αναφορικά με την επιρροή στα χείλη, αθροιστικά το 33.0% θεωρεί ότι η ελκυστικότητα επηρεάζεται θετικά. Το ποσοστό αυτών που διατηρούν ουδέτερη στάση είναι αυξημένο (34.0%), ενώ επιπλέον το 21.0% έχει δώσει την απάντηση «λίγο» και το 12.0% «καθόλου». Τέλος η επιρροή στην ελκυστικότητα των φρυδιών είναι η μικρότερη, αφού το 30.0% έχει δώσει την απάντηση «μέτρια», το 26.0% «πολύ», όμως το 35.0% «λίγο» και το 9.0% «καθόλου».

Πίνακας 2: Κατανομή (%) των απαντήσεων του δείγματος στην ερώτηση «Σε τι βαθμό επηρεάστηκε η ελκυστικότητα του προσώπου μετά την αλλαγή;»

<i>ΕΠΗΡΕΑΣΤΗΚΕ Η ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΑΛΛΑΓΗ</i>	<i>Καθόλου</i>	<i>Λίγο</i>	<i>Μέτρια</i>	<i>Πολύ</i>	<i>Πάρα πολύ</i>	<i>Άριστα</i>
Στο χρώμα του δέρματος	-	-	17.0	9.0	38.0	36.0
Στα μάτια	-	-	-	9.0	57.0	34.0
Στα φρύδια	9.0	35.0	30.0	26.0	-	-
Στα ζυγωματικά	5.0	21.0	24.0	29.0	21.0	-
Στα χείλη	12.0	21.0	34.0	16.0	9.0	8.0
Στη συνολική εικόνα	-	-	-	47.0	53.0	

Τέλος, τα παραπάνω αποδεικνύονται από τα αποτελέσματα που απεικονίζονται στο διάγραμμα 8. Όπως παρατηρείται στην ερώτηση για το ποιο χαρακτηριστικό του προσώπου μετά από το μακιγιάζ γίνεται ελκυστικότερο, οι περισσότεροι ερωτώμενοι με ποσοστό 30.0% θεωρούν ότι ελκυστικότερη γίνεται η συνολική εικόνα της γυναίκας. Επιπλέον το 29.0% θεωρούν ότι ελκυστικότερα γίνονται τα μάτια, το 19.0% το δέρμα, το 11.0% τα ζυγωματικά, το 7.0% τα χείλη και το 4.0% τα φρύδια.



Διάγραμμα 8: Κατανομή (%) ως προς τις απαντήσεις των ερωτηθέντων για το χαρακτηριστικό του προσώπου που μετά από το μακιγιάζ κρίνεται ελκυστικότερο

5. Συζήτηση – Συμπεράσματα

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να εξεταστεί ο βαθμός διαφοροποίησης των επιμέρους χαρακτηριστικών του προσώπου και η συμβολή του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα της γυναίκας.

Μετά από πειραματική διαδικασία (μακιγιάζ) και συμπλήρωσή ερωτηματολογίου αναφορικά με τις απόψεις των ερωτηθέντων για την εν λόγω διαδικασία, διαπιστώθηκαν τα εξής.

Το μακιγιάζ οδηγεί σε σημαντικές αλλαγές στη γυναικεία εμφάνιση. Αλλαγή παρατηρείται συνολικά στο πρόσωπο, αλλά και κυρίως στην περιοχή των ματιών καθώς και στο χρώμα του δέρματος, ίσως επειδή αυτό φαίνεται περισσότερο φωτεινό, ομοιόμορφο και υγιές. Αναφορικά με την περιοχή των ζυγωματικών και των χειλιών, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας οι αλλαγές είναι μέτριες, ενώ μικρότερη φαίνεται να είναι η αλλαγή που παρατηρούν οι άνθρωποι στην περιοχή των φρυδιών.

Αναφορικά με την επιρροή του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα της γυναίκας, η παρούσα έρευνα απέδειξε ότι αυτή είναι μεγάλη. Η εμφάνιση ως σύνολο γίνεται ιδιαίτερα ελκυστική, ενώ μεγάλη αποδείχθηκε πως είναι η επιρροή στα μάτια, στο δέρμα προσώπου και εν μέρει στα ζυγωματικά και στα χείλια. Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με τα αποτελέσματα άλλων ερευνητών (Graham & Kligman, 1985; Cash *et.al*, 1989; Mulhern *et. al*, 2003; Samson *et.al*, 2010; Fink *et.al*, 2011), σύμφωνα με τους οποίους το μακιγιάζ επηρεάζει θετικά την ελκυστικότητα των γυναικών και κυρίως τη συνολική εμφάνιση, το δέρμα και τα μάτια. Είναι σημαντικό να σημειωθεί όμως ότι άλλοι ερευνητές όπως οι Fink *et.al* (2011) επισημάνουν ότι το μακιγιάζ δεν αποτελεί το μοναδικό στοιχείο που επηρεάζει την ελκυστικότητα, καθώς η επιρροή αυτή εξαρτάται από πολλούς άλλους εξωτερικούς παράγοντες όπως η κατάσταση του δέρματος του προσώπου, αλλά και η κατάσταση του σώματος. Σε ορισμένες περιπτώσεις επιπλέον σύμφωνα με άλλους ερευνητές (Kyle & Mahler, 1996), το μακιγιάζ μπορεί να ασκεί αρνητική επιρροή στην κοινωνική και εργασιακή ανάπτυξη της γυναίκας, καθώς όπως επισημάνουν οι Kyle & Mahler (1996).

Συνοψίζοντας την παρούσα μελέτη, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το μακιγιάζ αποτελεί σημαντικό στοιχείο που επηρεάζει την καθημερινότητα και την ίδια την ζωή της γυναίκας. Συμβάλλει στην αύξηση της ελκυστικότητας και της αυτοεκτίμησης, δημιουργώντας τις κατάλληλες προϋποθέσεις για εμφάνιση θετικών συναισθημάτων όπως χαρά και αίσθηση ομορφιάς. Επιπλέον η συμβολή του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα των γυναικών διαφοροποιεί σε μεγάλο βαθμό την αποδοχή τους από το κοινωνικό σύνολο, δεδομένα ότι όπως φανερώθηκε από προηγούμενες έρευνες οι ελκυστικότερες γυναίκες δημιουργούν θετικά συναισθήματα στο μυαλό των υπολοίπων. Τέλος, η κοινωνική καταξίωση της γυναίκας κυρίως στον χώρο της εργασίας επηρεάζεται επίσης θετικά από την ελκυστικότητα που πετυχαίνεται μέσω του σωστού και εντυπωσιακού μακιγιάζ, καθώς αυτό βοηθάει στην αύξηση της αυτοεκτίμησης και της θετικής αυτοαξιολόγησης από τους άλλους.

Η παρούσα έρευνα απέδειξε τη σχέση μεταξύ μακιγιάζ και ελκυστικότητας. Προτείνεται μελλοντικές έρευνες να ασχοληθούν με:

1. Την διερεύνηση διακυμάνσεων στις απόψεις ατόμων με διαφορετικά κοινωνικό – δημογραφικά χαρακτηριστικά αναφορικά με τη συμβολή του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα.
2. Την διερεύνηση της σχέσης μεταξύ μακιγιάζ - υγείας και ελκυστικότητας.
3. Την διερεύνηση της συμβολής του μακιγιάζ και εν συνεχεία της ελκυστικότητας της γυναίκας στην ευκολία εύρεσης και διατήρησης μια θέσης εργασίας
4. Την διερεύνηση της σχέσης μεταξύ ειδικών χαρακτηριστικών προσωπικότητας των γυναικών και του μακιγιάζ και της ελκυστικότητας

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

- Cash T. F., Dawson K., Davis P., Bowen M. & Galumbeck C. (1989). Effects of cosmetics use on the physical attractiveness and body image of American college women, *The Journal of Social Psychology*, **129**: 349-355
- Fink B., Matts P.J. Röder S., Johnson R. & Burquest M. (2011). Differences in visual perception of age and attractiveness of female facial and body skin, *International Journal of Cosmetic Science*, **33** (2):126-131
- Gilchrest B.A. (1996). A review of skin ageing and its medical therapy, *Br. J. Dermatol*, **135**: 867-875
- Graham J. A. & Jouhar A.J. (1980). Cosmetics considered in the context of physical attractiveness: a review, *International Journal of Cosmetic Science*, **2** (2):77-101
- Graham J.A. & Jouhar A.J. (1981). The effects of cosmetics on person perception, *International Journal of Cosmetic Science*, **3** (5): 199-210
- Graham J.A. & Kligman A.M. (1985). Physical attractiveness, cosmetic use and self-perception in the elderly, *International Journal of Cosmetic Science*, **7** (2):85-97
- Guéguen N. (2012). Does Red Lipstick Really Attract Men? An Evaluation in a Bar, *International Journal of Psychological Studies*, **4**(2): 206 – 210
- Hunt K., Fate J., Dodds B. (2011). Cultural And Social Influences On The Perception Of Beauty: A Case Analysis Of The Cosmetics Industry, *Journal of Business Case Studies*, **7** (1)
- Jones B. C., Little A. C., Penton-Voak I. S., Tiddeman B. P., Burt D. M., & Perrett, D. (2001). Facial symmetry and judgements of apparent health: Support for a good genes explanation of the attractiveness-symmetry relationship, *Evolution and Human Behaviour*, **22**: 417-429
- Kyle D. J. & Mahler H. I. (1996). The effects of hair colour and cosmetic use on perceptions of a female's ability, *Psychology of Women Quarterly*, **20**: 447-455
- Miller L., & Cox C. (1982). For appearance's sake: Public self-consciousness and makeup use, *Personality and Social Psychology Bulletin*, **8**: 748-751
- Mulhern R., Fieldman G., Hussey T., Leveque J.L. & Pineau P. (2003). Do cosmetics enhance female Caucasian facial attractiveness?, *International Journal of Cosmetic Science*, **25** (4): 199-205
- Nash, R., Fieldman, G., Hussey, T. Lévesque, J.-L., Pineau P. (2006). Cosmetics: They influence more than Caucasian female facial attractiveness, *Journal of Applied Social Psychology*, **36**: 493-504
- Perrett, D. I., Burt, D., Penton-Voak, I., Lee, K., Rowland, D., & Edwards, R. (1999). Symmetry and human facial attractiveness, *Evolution and Human Behaviour*, **20**: 295-307
- Rhodes G. (2006). The evolutionary psychology of facial beauty, *Annu. Rev. Psychol.*, **57**: 199- 226
- Richetin J., Huguet P., & Croizet J. C. (2007). Le rôle des cosmétiques dans les premières impressions: Le cas particulier du maquillage, *L'Année Psychologique*, **107**: 65-86
- Samson N., Fink B., Matts P.J. (2010). Visible skin condition and perception of human facial appearance, *International Journal of Cosmetic Science*, **32** (3):167 – 184
- Schaffer S. (2007). Reading our lips: The history of lipstick regulation in Western seats of power, *Food and Drug Law Journal*, **62**, 165-225
- Soderberg J. (1999). Cosmetics Matters, *Journal of Women's History*, **11** (3):223-225
- Stephen I. D. & McKeegan A. M. (2010). Lip colour affects perceived sex typicality and attractiveness of human faces, *Perception*, **39** : 1104-1110
- Walter P., Martinetto P., Tsoucaris G. et. al. (1999). Making make – up in ancient Egypt, *Nature*, **397**:483-484
- Workman, J. E., & Johnson, K. K. (1991). The role of cosmetics in impression formation, *Clothing and Textiles Research Journal*, **10**: 63-67

Ελληνική

Μεγακλή, Θ. (2008). *Η επίδραση της άσκησης και της αισθητικής παρέμβασης στην αυτοεκτίμηση και την ικανοποίηση σώματος γυναικών*. Μεταπτυχιακή Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Σέρρες

Παράρτημα 1: Ερωτηματολόγιο έρευνας

ΦΥΛΟ: ΑΝΔΡΑΣ ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ: 18-35 35-45 45-50 50-70 70+

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ : ΙΔΙΩΤ.ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
 ΔΗΜΟΣ.ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
 ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ
 ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ
 ΑΝΕΡΓΟΣ
 ΑΛΛΟ

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ: ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ
 ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΛΥΚΕΙΟΥ
 ΑΕΙ/ΤΕΙ
 ΑΛΛΟ.....

ΤΟΠΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ:

1 Αθήνα – Πειραιάς
 2 Θεσσαλονίκη
 3 Άλλη πόλη Η ΧΩΡΙΟ (διευκρινίστε)

ΑΛΛΑΞΕ ΜΕ ΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ:	<u>ΚΑΘΟΛΟΥ</u>	<u>ΛΙΓΟ</u>	<u>ΜΕΤΡΙΑ</u>	<u>ΠΟΛΥ</u>	<u>ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ</u>	<u>ΑΡΙΣΤΑ</u>
<u>1.ΤΟ ΧΡΩΜΑ ΤΟΥ ΔΕΡΜΑΤΟΣ</u>						
<u>2.ΤΑ ΜΑΤΙΑ</u>						
<u>3. ΤΑ ΦΡΥΔΙΑ</u>	\					
<u>4. ΤΑ ΖΥΓΩΜΑΤΙΚΑ(ΠΑΡΕΙΕΣ)</u>						
<u>5. ΤΑ ΧΕΙΛΗ</u>						
<u>6.ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΣΥΝΟΛΙΚΑ</u>						

ΕΠΗΡΕΑΣΤΗΚΕ Η ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΑΛΛΑΓΗ	<u>ΚΑΘΟΛΟΥ</u>	<u>ΛΙΓΟ</u>	<u>ΜΕΤΡΙΑ</u>	<u>ΠΟΛΥ</u>	<u>ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ</u>	<u>ΑΡΙΣΤΑ</u>
<u>1.ΣΤΟ ΧΡΩΜΑ ΤΟΥ ΔΕΡΜΑΤΟΣ</u>						
<u>2.ΣΤΑ ΜΑΤΙΑ(ΧΡΩΜΑΤΑ)</u>						
<u>3. ΣΤΑ ΦΡΥΔΙΑ</u>	\					
<u>4. ΣΤΑ ΖΥΓΩΜΑΤΙΚΑ(ΠΑΡΕΙΕΣ)</u>						
<u>5. ΣΤΑ ΧΕΙΛΗ</u>						
<u>6.ΣΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ</u>						

**ΠΟΙΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΜΕΤΑ ΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ
ΚΡΙΝΕΤΕ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΕΡΟ?**

ΔΕΡΜΑ ΜΑΤΙΑ ΦΡΥΔΙΑ ΖΥΓΩΜΑΤΙΚΑ ΧΕΙΛΗ

ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΣΩΠΟΥ _____

Παράρτημα 2: Μακιγιάζ έρευνας

