

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ – ΚΟΣΜΗΤΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

«Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ»

ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ:

Ρεβυθιάδου Κωνσταντίνα
Μηλκούδη Δήμητρα

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:

Μεγακλή Θεογνωσία

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2010

Σημαντική και απαραίτητη ήταν η καθοδήγηση
και η βοήθεια που λάβαμε από την εισηγήτρια της
εργασίας μας κ.Μεγακλή Θεογνωσία.
Νιώθουμε την ανάγκη να την ευχαριστήσουμε θερμά.

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ»

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2010

Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	σελίδα 2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	σελίδα 4
1.1 ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑ.....	σελίδα 4
1.2 ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΟΜΟΡΦΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ.....	σελίδα 8
1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	σελίδα 10
1.3.1. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ.....	σελίδα 14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	σελίδα 19
2.1 Η ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΚΑΙ Η ΟΜΟΡΦΙΑ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΗ.....	σελίδα 19
2.1.1 ΠΡΟΤΥΠΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΗ.....	σελίδα 21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	σελίδα 28
3.1 ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ.....	σελίδα 28
3.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ.....	σελίδα 32
3.3 ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΑΓΗΝΗ ΤΟΥ ΑΛΛΟΥ ΦΥΛΟΥ.....	σελίδα 38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	σελίδα 43
4.1 ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ.....	σελίδα 43
4.1.1. ΑΠΟΤΡΙΧΩΣΗ.....	σελίδα 45
4.1.2. ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ.....	σελίδα 49
4.1.3. ΜΑΚΙΓΙΑΖ.....	σελίδα 53
4.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ.....	σελίδα 61
4.3 ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗ – ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑ.....	σελίδα 66
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	σελίδα 76
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	σελίδα 78
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	σελίδα 79

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η έννοια του κάλλους και της ομορφιάς είναι στενά συνυφασμένες με τη γυναικεία φύση. Η ανάγκη για ομορφιά που ανέκαθεν διακατείχε τις γυναικείες ψυχές ώθησε στην ανάπτυξη της αισθητικής και την δημιουργία προτύπων κάλλους. Σχεδόν όλη η βιομηχανία της αισθητικής περιστρέφεται γύρω από τις γυναικείες ανάγκες, είτε αυτό σημαίνει ρούχα, καλλυντικά προϊόντα, είδη αδυνατίσματος. Καλώς η κακώς για τις γυναίκες η ομορφιά, που συνεπάγεται η αισθητική, αποτελεί και προσδιορισμό της ταυτότητας τους, όπως και ένας μεγάλος σύμμαχος στην προσέλκυση και σαγήνη του αντιθέτου φύλου.

Αν ανατρέξουμε στην ιστορία θα δούμε μεγάλες αλλαγές στην θέση και στον ρόλο της γυναίκας στην κοινωνία. Το «αδύναμο φύλο» πέρασε από πολλά κύματα για να φτάσει στην σημερινή του θέση και να κατακτήσει όλα τα προνόμια που απολαμβάνει σήμερα. Στην πορεία αυτή αλλάξαν και οι ανάγκες και τα θέλω τις γυναίκας, όπως και η αισθητική της αντίληψη τόσο για τον κόσμο γύρω της όσο και τον ίδιο της τον εαυτό.

Ακόμη και στην τέχνη από εποχή σε εποχή έχουν προβληθεί πρότυπα γυναικείας ομορφιάς, τα οποία και έχουν υιοθετηθεί από τις γυναίκες της εκάστοτε περιόδου. Ποιος δεν σκέφτεται τα αρχαιοελληνικά αγάλματα της ελληνιστικής περιόδου με τις γυναικείες μορφές και τα περίτεχνα ρούχα; Ή τις Καρυάτιδες του Ερεχθείου με την περίπλοκη και όμορφη κόμη. Ποίος δεν μπορεί να ανατρέξει στην αναγεννησιακή τέχνη και να μην σκεφτεί τους πίνακες του Botticelli που απεικόνιζαν το μεγαλείο της γυναικείας ομορφιάς της εποχής του;

Αν και η αισθητική αποτελεί έμφυτη ανάγκη της κάθε γυναίκας εν τούτοις επηρεάζεται πολύ από τα πρότυπα που προβάλλονται από τα M. M. E. και τα οποία καθημερινώς βομβαρδίζουν με εικόνες για το πώς πρέπει να είναι μία όμορφη και επιτυχημένη γυναίκα. Το πρότυπο της γυναικείας ομορφιάς είναι αυτό που ορίζει τις νέες τάσεις της μόδας στα ρούχα, το χρώμα των μαλλιών, αλλά και αυτό που σπρώχνει τις γυναίκες να τρέξουν στα ινστιτούτα αδυνατίσματος και στα γυμναστήρια για να κάνουν εντυπωσιακές εμφανίσεις. Μία ολόκληρη βιομηχανία βασίζεται πάνω στην ανάγκη αυτήν. Μία βιομηχανία που αναπτύσσεται μέρα και τη μέρα και είναι

σε ετοιμότητα να προσφέρει όλα όσα χρειάζεται και απαιτεί η σύγχρονη γυναίκα. Η αισθητική έχει αναχθεί σε επιστήμη και γίνεται με καθαρά επιστημονικές μεθόδους. Είναι αντικείμενο ακαδημαϊκής μελέτης και αντικείμενο σπουδών στο ελληνικό πανεπιστήμιο.

Όλες οι παραπάνω σκέψεις θα αναλυθούν εκτενώς στην παρούσα εργασία. Θα εξετάσουμε ιστορικά την ανάγκη της γυναίκας για αισθητική και θα καταλήξουμε στην ανάπτυξη της σύγχρονης αισθητικής και τις μεθόδους που αυτή χρησιμοποιεί για να υπηρετήσει τις γυναίκες της εποχής μας.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας θα γίνει μία ανάλυση για το πώς η γυναίκα μέσω της αισθητικής αποζητά την αναγνώριση της από το κοινωνικό σύνολο και μέσω την αναγνώρισης αυτής δημιουργεί την ταυτότητα και την αυτοεικόνα της. Η ανάλυση για γίνει μέσω μίας ιστορικής αναδρομής, η οποία κρίνεται αναγκαία μια που οι γυναικείες ανάγκες αλλάζουν από εποχή σε εποχή και μαζί τους αλλάζει και η σχέση της γυναίκας για αισθητική.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα επικεντρωθούμε στα πρότυπα της γυναικείας ομορφιάς όπως αυτά προβάλλονται στην τέχνη. Άλλωστε η ζωγραφική και η γλυπτική, όπως και η ποίηση, πάντα εξυμνούσαν και εκθείαζαν την γυναικεία ομορφιά και το γυναικείο σώμα.

Στο τρίτο κεφάλαιο επικεντρωνόμαστε στα πρότυπα που προβάλλονται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και την διαφήμιση. Η σύγχρονη έρευνα μας αποδεικνύει ότι το γυναικείο φύλο επηρεάζεται σημαντικά από την διαφήμιση όσον αφορά στον τρόπο ζωής του και στην εμφάνιση του.

Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο της παρούσης εργασίας θα εμβαθύνουμε ακαδημαϊκά στην αισθητική ως επιστήμη και σε όλες τις μεθόδους της που χρησιμοποιούνται για να υπηρετήσουν το γυναικείο φύλο στον αγώνα του για την ποθητή εμφάνιση. Μέθοδοι, όπως το αδυνάτισμα, η αποτρίχωση και το μακιγιάζ που αποτελούν μέρος της καθημερινότητας μίας γυναίκας και αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑ



Στην περίοδο της βαθιάς αρχαιότητας η ανδρική και ιδιαίτερα η γυναικεία ομορφιά ή, κατά το αρχαιότερο, το ανδρικό και γυναικείο κάλλος, είχε θεοποιηθεί και εμπορευματοποιηθεί. Ο Όμηρος υμνεί την ομορφιά αυτήν σε κάθε ευκαιρία. Στην Ιλιάδα (Γ, 392) αναφέρει ότι ο «Πάρις λαμποκοπούσε από ομορφιά και ρουχικά» και παρακάτω (Ζ, 156) ότι «στον Βελλερεφόντη, το γιο του Γλαύκου, οι θεοί χάρισαν και ομορφιά και ζηλευτή ανδρεία». Στην Οδύσσεια πάλι (Ζ, 18) αναφέρεται στην Ναυσικά λέγοντας ότι «ήταν ολόϊδα με αθάνατες θεές στο παράστημα και στη μορφή», ενώ για τις δύο υπηρέτριες της επισημαίνει ότι «είχαν πάρει από τις Χάριτες την ομορφιά τους». Για τη Ναυσικά, επίσης, ο Όμηρος λέει στην Οδύσσεια (Θ, 457) ότι «είχε ομορφιά δοσμένη από τους θεούς». Η αποθέωση όμως της ομορφιάς στον Όμηρο είναι ο στίχος 192 της Ραψωδίας Σ΄ της Οδύσσειας, όπου υμνείται η ομορφιά της Πηνελόπης με την εκπληκτική περιγραφή : «η θεά Αθηνά στόλισε πρώτα το ωραίο πρόσωπό της με θεϊκή ομορφιά, σαν αυτή που παίρνει η Αφροδίτη με το όμορφο διάδημα, όταν πηγαίνει στο γεμάτο πάθος χορό των Χαρίτων και την έκανε να φαίνεται πιο ψηλή και πιο γεμάτη και πιο άσπρη από το λεπτοκομμένο με πριόνι ελεφαντοκόκαλο».¹

¹ http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathextra_100165_21/10/2006_168847

Η τέχνη της περιποίησης και διατήρησης της ομορφιάς απασχόλησε τις γυναίκες από αρχαιοτάτους χρόνους. Όλες οι γνωστές γυναίκες της αρχαιότητας όπως η Κλεοπάτρα, η Λαίδα, η Φρύνη, και η Σαλώμη γνώριζαν να περιποιούνται την επιδερμίδα τους και να την διατηρούν όμορφη χρησιμοποιώντας διάφορα παρασκευάσματα. Για τους αρχαίους Έλληνες η περιποίηση του προσώπου και του σώματος είχε γίνει ισάξιο με την θρησκεία. Το αρχαίο κάλλος δοξαζόταν μέσα από την σμίλη των διάσημων γλυπτών και εξακολουθεί να θαυμάζεται και σήμερα σαν πρότυπο ομορφιάς. Στον ελληνορωμαϊκό κόσμο της αρχαιότητας αλλά και στην Αίγυπτο, οι γυναίκες είτε ήταν ιέρειες, είτε αρχόντισσες είτε απλά και μόνο γυναίκες του λαού, είχαν την συνήθεια να αλείφουν το πρόσωπό τους με διάφορα καλλυντικά φτιαγμένα από διάφορα βότανα, αιθέρια έλαια, διάφορα λίπη και κάποιες άλλες ουσίες. Πρόσεχαν και περιποιούνταν το πρόσωπο τους που το έβαφαν με διάφορα ψιμύθια, αλλά και αρωμάτιζαν τα μαλλιά και τα χτένιζαν με τον πιο καλαίσθητο τρόπο.

Η αρχαιολογική σκαπάνη κατά καιρούς φέρνει στο φως τα διάφορα αυτά ψιμύθια και μυροδοχεία και τα μικρά αντικείμενα που οι γυναίκες χρησιμοποιούσαν στα πλαίσια του καλλωπισμού τους. Υλικά, όπως ο ανθρακικός μόλυβδος που χρησιμοποιούνται για το άσπρισμα της επιδερμίδας, ο φύκος που εξάγεται από τις ρίζες της αλγχούσης στον οποίον οφείλονταν το ρόδινο χρώμα της επιδερμίδας, το καλλιβλέφαρο για τη βαφή των βλεφάρων και η άσβολος στάχτη για τη βαφή των τσίνωρων, μπορεί σε εμάς να φαίνονται άγνωστα και ίσως και περίεργα, αλλά τότε αποτελούσαν μέρος της καθημερινότητας της γυναίκας και σήμερα αποτελούν τη βάση πολλών καλλυντικών. Η Αίγυπτος κατείχε τα πρωτεία στο εμπόριο των κοσμητικών και ιδιαίτερα στην εποχή των Πτολεμαίων έφτασε στο αποκορύφωμα του. Φυσικά η αξία των κοσμητικών είχε φτάσει στα ύψη. Σοφοί, αλχημιστές καταγίνονταν στη μελέτη των παρασκευασμάτων που τις συνταγές τους κρατούσαν μυστικές.

Η θρυλική βασίλισσα της Αιγύπτου, η Κλεοπάτρα, είχε μεγάλη προτίμηση στα εκλεκτά καλλυντικά, τα πανάκριβα λάδια και αρώματα τα οποία βοήθησαν κατά πολύ την ομορφιά της, για να επιτύχει την κατάκτηση του Αντωνίου. Στην αρχαία Ελλάδα οι γυναίκες συνήθιζαν να μεταχειρίζονται μάσκες που είχαν ως βάση φυτικά έλαια, μέλι, γάλα, ζωτικά στοιχεία που και

σήμερα ακόμη μεταχειριζόμαστε. Η περιποίηση όμως δεν περιοριζόταν μόνο στο πρόσωπο, αλλά φρόντιζαν και γύμναζαν το σώμα τους που οι γραμμές του έφθαναν στη τελειότητα. Αυτά τα σώματα σμίλευσαν και ύμνησαν οι διάσημοι γλύπτες και με τη σμίλη τους απεικονίζοντας τους θεούς τους σε αριστουργηματικά αγάλματα, που σήμερα όλος ο κόσμος τα θαυμάζει στα μουσεία μας και στα ξένα. Οι αρχαίες Ρωμαίες έδιναν επίσης μεγάλη σημασία στην περιποίηση του προσώπου και του σώματος τους Έκαναν χρήση αρωμάτων, καλλυντικών και ψιμυθίων, όπως και άλειφαν τα σώματα τους με αρωματισμένα λάδια. Μεταχειρίζονταν πηλό και έβαφαν τα μαλλιά τους μαύρα, τα δε λουτρά που ήταν ονομαστά για τη χλιδή και πολυτέλεια μεταβάλλονταν σε τόπους διασκεδάσεων και συμποσίων.

Η πιο διάσημη ρωμαία, όμως, όσον αφορά στην περιποίηση του προσώπου και του σώματος υπήρξε η αυτοκράτειρα Ποππαία σύζυγος του Νέρωνα. Κάθε πρωί έκανε το μπάνιο της μέσα σε γάλα ζώων. Περίφημη έμεινε η μάσκα που μεταχειριζόταν για τη διατήρηση της επιδερμίδας της και με την οποία άλειφε το πρόσωπό της και τη διατηρούσε σε όλη τη διάρκεια της ημέρας και μόνο το βράδυ την καθάριζε.

Την εποχή εκείνη η ζήτηση των καλλυντικών ήταν τόσο αυξημένη, που για την προμήθεια της πρώτης ύλης, τα καράβια ταξίδευαν πολύ μακρινά. Οι Φοίνικες αναδείχθηκαν μεγάλοι έμποροι στα αρώματα και στα καλλυντικά παρασκευάσματα. Η συνήθεια του καλλωπισμού και γενικότερα της περιποίησης του σώματος μετριάσθηκε στα χρόνια παρακμής της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας, αλλά δεν εξαλείφτηκε τελείως. Τα χρόνια που ακολούθησαν, με το εμπόριο των καλλυντικών ασχολήθηκαν οι Άραβες και οι Ενετοί, ενώ μετά ακολούθησαν και οι Φλωρεντιανοί, η τέχνη των οποίων στην αρωματοποιία και την κοσμητική ήταν ξακουστή. Και τα χρόνια περνούν και φθάνουμε στο μεσαίωνα όπου εκεί έγινε η μεγάλη αλλαγή.²

Ο μεσαίωνας ήταν για τη γυναίκα ο πραγματικός θάνατος της ομορφιάς της γιατί κάθε περιποίηση είχε εγκαταλειφθεί. Στο Μεσαίωνα και κατά τη Μεταρρύθμιση, ο Χριστιανισμός πρότεινε ως γυναικείο ιδεώδες τον

² Γούμπερη Μαρία- Τολίκα Δέσποινα, Ψυχολογία και αισθητική, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σσ. 17-19

περιορισμό σε κοινωνική αφάνεια και σεμνότητα.³ Σε αυτό τον σημαντικότερο ρόλο τον έπαιξε ο κλήρος, γιατί καταδίκασε τις συνήθειες του παρελθόντος που είχαν σχέση με την περιποίηση και την αισθητική – μέσα σε αυτές και τα δημόσια λουτρά της αρχαιότητας, πέρα από το μακιγιάζ και τον καλλωπισμό - και κάθε γυναίκα που θα ασχολούνταν με αυτή θεωρούνταν ανήθικη και ελαφρών ηθών. Οι γυναίκες θα έπρεπε να είναι χλωμές στην όψη τους και η καθαριότητα του σώματος θεωρούνταν απρέπεια. Ο καθαρισμός του σώματος περιοριζόταν στο πλύσιμο του προσώπου και των χεριών και η χρήση βαριών αρωμάτων ήταν απαραίτητη για να καλύπτουν την κακοσμία του σώματος.⁴

Η αισθητική στην Ελλάδα ως επιστήμη πλέον και τα κέντρα αισθητικής εμφανίζονται πριν το 1950. Οι πρώτες αισθητικοί προέρχονται από την Γαλλία όπου φέρνουν στην Ελλάδα τον καθαρισμό προσώπου, την αποτρίχωση, το μασάζ μαζί με τα περίφημα Γαλλικά καλλυντικά.

Πρώτες πελάτισσές των κέντρων αποτελούσαν οι κυρίες της καλής κοινωνίας και καλλιτέχνιδες από τον χώρο του θεάτρου, του σινεμά και του τραγουδιού, αλλά όσο περνά ο καιρός η πελατεία αυξάνεται και απευθύνονται σε γυναίκες από περισσότερες κοινωνικές τάξεις, δίνοντας λύσεις σε πολλά προβλήματα μορφιάς.⁵

³ Ελένη Καρακούση, Ηθική Κατανάλωση, Μία μελέτη της συμπεριφοράς των καταναλωτών καλλυντικών απέναντι στο δίλημμα ανθρώπινη υγεία και πειράματα σε ζώα, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακό πρόγραμμα στη διοίκηση επιχειρήσεων, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.msmfull.aueb.gr/docs/msm310.pdf>

⁴ Γούμπερη Μαρία- Τολίκα Δέσποινα, Ψυχολογία και αισθητική, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σσ. 17-19,

⁵ <http://www.sepae.gr/history.php>



1.2 ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΟΜΟΡΦΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

Η γυναίκα από ανέκαθεν είχε την ανάγκη να είναι όμορφη, να αισθάνεται όμορφη και να την αποδέχονται και οι άλλοι ως όμορφη. Είναι μία έμφυτη ανάγκη του ανθρώπου και ιδιαίτερα της γυναίκας να είναι αρεστή στον κοινωνικό περίγυρο, αισθανόμενη ότι με τον τρόπο αυτόν αναγνωρίζεται και ως προσωπικότητα, ως οντότητα.

Η ανάγκη αλλά και η αξίωση για αναγνώριση σχετίζεται πέραν των άλλων και με την αισθητική και τον καλλωπισμό και σχεδόν αποτελεί κινητήρια δύναμη τους. Και αυτό γιατί υπάρχει μία περίεργη διαπλοκή της έννοιας της αναγνώρισης με την έννοια της ταυτότητας, δηλαδή τον προσδιορισμό του ποιοι είμαστε και ποια είναι τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά που μας διέπουν ως ανθρώπινα όντα. Σύμφωνα με τη λογική αυτή, η αναγνώριση ή η απουσία της συγκροτεί την ταυτότητα μας- και η εσφαλμένη αναγνώριση μπορεί να οδηγήσει σε παραμόρφωση της εικόνας που έχουν οι άλλοι για εμάς, άρα και σε έναν στερημένο και καταπιεσμένο τρόπο ύπαρξης.

Ορισμένες φεμινίστριες, επεκτείνοντας την παραπάνω λογική, υποστήριξαν ότι οι γυναίκες στις πατριαρχικές κοινωνίες οδηγήθηκαν στην υιοθέτηση μίας υποβαθμισμένης εικόνας για τον εαυτό τους και άρα σε ένα αίσθημα κατωτερότητας που τους εμπόδιζε να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες

που τους παρουσιάζονταν, ζώντας έτσι σε ένα κλίμα μειωμένης αίσθησης αυτοεκτίμησης.⁶

Η ομορφιά άλλωστε από την αρχαιότητα έως και σήμερα προκαλεί πολλές έριδες, θυμούς, γκρίνιες, πολέμους, αλλά και επίσης έχει γίνει μέσω αποφυγής θανάτων και καταστροφών ή επηρέασε πολλούς και πολλές στη λήψη κρίσιμων αποφάσεων. Ενδεικτικά στη μυθολογία και την ιστορία αναφέρονται οι ακόλουθες περιπτώσεις:

- Ο Πάρις απέδωσε το «Μήλο της Καλλίστης», της ομορφότερης, στην Αφροδίτη, προκαλώντας έτσι την οργή της Ήρας. Αυτή ίσως να είναι και η πρώτη καταγεγραμμένη εκδήλωση «καλλιστείων» στον κόσμο.
- Η «Ωραία Ελένη», σύζυγος του βασιλιά της Σπάρτης Μενέλαου, προκάλεσε με την ομορφιά της τον έρωτα του γιου του βασιλιά της Τροίας, τον Πάρι. Η αρπαγή της από τον Πάρι αποτέλεσε αιτία ή αφορμή για τον Τρωικό Πόλεμο, τον καταστρεπτικότερο πόλεμο κατά την αρχαιότητα.
- Η φιλονικία τον Αχιλλέα και του Αγαμέμνονα για τις όμορφες Χρυσήδα και Βρυσήδα που προκάλεσε και την αποχώρηση του Αχιλλέα και προκάλεσε καταστροφή στο ελληνικό στρατόπεδο. Η «μήνις» αυτή του Αχιλλέα έγινε η αιτία να γράψει ο Όμηρος την Ιλιάδα.
- Η ομορφιά της Δαλιδώς ήταν μοιραία για τον Σαμψών, αφού εκείνος θαμπωμένος από τα κάλλη της της εκμυστηρεύτηκε το μυστικό της δύναμης του.
- Η όμορφη Ασπασία επηρέαζε σημαντικά τον Περικλή στις αποφάσεις του και το ίδιο και η Αμαλία τον βασιλιά Όθωνα.⁷

Η ομορφιά αποτελεί δύναμη και είναι συνυφασμένη και με το καλό και το αγαθό. Η απήχηση και η επιρροή που έχει μία όμορφη γυναίκα στο κοινωνικό της σύνολο είναι αδιαμφισβήτητη... Την θέτει λόγω εικόνας στο επίκεντρο των συζητήσεων και των τρεχόντων θεμάτων και η γνώμη της, όταν

⁶ Charles Taylor, Πολυπολιτισμικότητα - Εξετάζοντας την πολιτική της αναγνώρισης, Εκδόσεις Πόλις, Αθήνα 1999, σσ. 72-74

⁷ http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathextra_100165_21/10/2006_168847

βέβαια είναι και ορθά τεκμηριωμένη, γίνεται με μεγαλύτερη ευκολία αποδεκτή και σεβαστή.

1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Για να μιλήσουμε για την γυναίκα και την εξέλιξή της, θα πρέπει να κάνουμε μια σύντομη αναδρομή στο παρελθόν, για να μπορέσουμε να παρουσιάσουμε με ακρίβεια την θέση στην σύγχρονη κοινωνία. Αναλογιζόμενοι τα στάδια από τα οποία πέρασε η γυναίκα για να καταλάβει στην ουσία μέσα από πολλούς και σκληρούς αγώνες την ισότιμη θέση της μέσα στην κοινωνία, μπορούμε να κατανοήσουμε και καλύτερα τις ανάγκες και τις απαιτήσεις της από τον ίδιο της το εαυτό, αλλά και το κοινωνικό σύνολο.

Η εμφάνιση της πρώτης γυναίκας – Εύα - βρίσκεται στην Γένεση (Γένεση 2,24). Αυτή είναι η Εύα (η σύμφωνα με κάποιους άλλους η Λίλιθ ⁸) και το πρόσωπο της είναι επιφορτισμένο με έναν συγκεκριμένο ρόλο. Είναι η σύζυγος και το «δοχείο» που θα διαιωνίσει το είδος. Στην πορεία του χρόνου το γυναικείο πρόσωπο επιφορτίζεται και άλλους ρόλους, με αποτέλεσμα να αντιδιαστέλλεται από το ανδρικό.

Σε όλη όμως αυτή τη διάρκεια το πρόσωπο της γυναίκας συνδέεται με την οικογένεια. Είναι αυτή που συγκρατεί τους δεσμούς ή τους καταλύει. Θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι ο πυρήνας της. Το πρόσωπο της τιμάται και καταξιώνεται την ίδια στιγμή που βάλλεται και συκοφαντείται. Ξεκινώντας από την αρχαία Ελλάδα, εντοπίζουμε την διαφορετική αντιμετώπιση που είχε η γυναίκα ανά πόλεις. Ενώ στις Μυκήνες, η θέση της είχε κεντρική σημασία, οι οικογένειες ήταν μητριαρχικές και ο σεβασμός στο πρόσωπό της δεδομένος. Το ίδιο πράγμα που συνέβαινε και στην Σπάρτη⁹. Αυτό το αντιλαμβανόμαστε από μια απλή και μόνη κίνηση, σημαντική όμως για να κατανοήσουμε τον ρόλο της. Η μάνα ήταν αυτή που έδινε την ασπίδα στο γιο πριν πάει να πολεμήσει ¹⁰.

⁸ Barbara Black Koltun , "Λίλιθ, η σκοτεινή θηλυκή αρχή"

⁹ <http://apopseis.wordpress.com>

¹⁰ <http://www.tyxikos.gr>

Στην Αθήνα όμως και μάλιστα την κλασσική εποχή τα πράγματα είναι πολύ διαφορετικά. Η γυναίκα είναι κλεισμένη στο σπίτι. Βγαίνει μόνο για να συμμετάσχει στα Παναθήναια και σε κάποιες άλλες γιορτές. Βρίσκεται μονίμως υπό την εποπτεία των ανδρών, με μοναδική εξαίρεση τις εταίρες που είχαν δικαίωμα λόγου ¹¹. Ο Πλάτων στην Πολιτεία αναφέρει ότι “άνδρες και γυναίκες δεν διαφέρουν” . πράγμα που για πολλά χρόνια δεν κατανοούσαν οι Αθηναίοι.

Ανάλογη ήταν η θέση των γυναικών σε όλη τη Ευρώπη. Τα δεδομένα αρχίζουν να αλλάζουν με την εμφάνιση του Χριστιανισμού και την «αποκατάσταση» του προσώπου της γυναίκας, με τη καταξίωση του προσώπου της Παρθένου ¹². Και πάλι όμως η κρίση εμφανίζεται κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, με τον ρόλο των γυναικών να υποβαθμίζεται. Την περίοδο της Αναγέννησης και του Διαφωτισμού, επέρχεται μια κάποια αποκατάσταση για να φτάσουμε λίγους αιώνες αργότερα στην Φεμινιστική επανάσταση¹³.

Ο φεμινισμός εμφανίστηκε αρχικά στην Ευρώπη κατά τον 18ο αιώνα, την περίοδο της Γαλλικής Επανάστασης. Το 1789, η Φελισιτέ ντε Κεραλιό παρουσίασε ένα Τετράδιο παραπόνων των γυναικών και ακολούθησε η Ολέμπ ντε Γκουζ το 1791 με μια Διακήρυξη των δικαιωμάτων των γυναικών στην οποία υποστηριζόταν το αίτημα όλων των αστικών και πολιτικών δικαιωμάτων και προβάλλονταν οι ιδεολογικοί λόγοι που βρίσκονταν στη βάση των διεκδικήσεων αυτών. Την περίοδο εκείνη εμφανίστηκαν στη Γαλλία γυναικείες λέσχες, οι οποίες αντιπροσώπευαν τις πρώτες τολμηρές εκδηλώσεις της φεμινιστικής ιδέας, που άρχισε να επιβάλλεται ως κίνημα.

Στην Αγγλία: το 1792 η Μαίρη Ούλστονκραφτ έγραψε το βιβλίο «Διεκδίκηση των δικαιωμάτων των γυναικών». Οι ιδέες από τις οποίες εμπνεόταν η συγγραφέας υποστηρίχτηκαν ξανά και διαδόθηκαν, στο δεύτερο

¹¹ <http://www.tyxikos.gr>

¹² Γεώργιος Μαντζαρίδης, Ηθική II, Γάμος και Οικογενειακή Ζωή, Εκδόσεις Πουρναρά, Θεσσαλονίκη 2006, Σελ 361 – 408 και

¹³ Όλουεν Χάφτον, Ιστορία των Γυναικών στην Ευρώπη (1500 – 1800), Εκδόσεις Νεφέλη, Αθήνα 2003, Σελ 13 - 40

μισό του 19ου αιώνα από τον Τζων Στούαρτ Μιλ. Ο Τζων Στούαρτ Μιλ ήταν ο πρώτος Άγγλος βουλευτής που παρουσίασε στο Κοινοβούλιο (1866) ένα υπόμνημα μιας γυναικείας επιτροπής για την αναγνώριση του δικαιώματος της ψήφου. Από τότε η κατάκτηση του δικαιώματος αυτού άρχισε να θεωρείται ο πρώτος αντικειμενικός σκοπός και αφετηρία για άλλες κατακτήσεις. Ιδρύθηκαν φεμινιστικοί σύλλογοι στο Λονδίνο, στο Μάντσεστερ, στο Μπρίστολ, και επικεφαλής της γυναικείας κίνησης ήταν η Λυδία Μπέκερ.

Το 1903 σχηματίστηκε η WSPU (Womens Social and Political Union) με πρωτοβουλία της Έμελιν Πάνκχερστ. Η εταιρεία αυτή της οποίας τα μέλη ονομάστηκαν «σουφραζέτες» - υιοθέτησε ένα νέο σύστημα, την πάλη. Οι σουφραζέτες έγιναν πολλές φορές στόχος γελοιοποιήσεων, φυλακίστηκαν και δημιούργησαν πολλές σοβαρές δυσκολίες στις κρατικές αρχές. Μόνο μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο (1918) οι Αγγλίδες απέκτησαν δικαίωμα ψήφου. Χρειάστηκαν αγώνες 50 ετών και 2584 υπομνήματα.

Στο μεταξύ είχαν ήδη κερδίσει δικαίωμα ψήφου, γυναίκες ορισμένων σκανδιναβικών χωρών και της Ρωσίας. Ακολούθησαν οι Αγγλίδες, Αμερικανίδες (1920) και γυναίκες άλλων χωρών. Στις Η.Π.Α., η πάλη της ψήφου ήταν μακροχρόνια. Η γέννηση του φεμινιστικού κινήματος εκεί έγινε το 1848, όταν στην Νέα Υόρκη μια ομάδα γυναικών, με επικεφαλής τη Λουκρητία Μοτ και την Ελίζαμπεθ Κάντυ Στάντον, συγκάλεσαν το πρώτο συνέδριο για να παρουσιάσουν μια Διακήρυξη Αισθημάτων (κατά το πρότυπο της Διακήρυξης της Ανεξαρτησίας), Στο πρόγραμμα τους εκτός από το αίτημα της πολιτικής ψήφου, παρουσιάζονταν οι περιορισμοί που επιβάλλονταν στις γυναίκες στις σπουδές, στην εργασία, στο γάμο κλπ.

Το 1869 ιδρύθηκε η «Εθνική Οργάνωση για τη γυναικεία ψήφο», με πρωτοστάτες την Μοτ και την Στάντον. Συγχρόνως ιδρύθηκε μια ακόμη οργάνωση η «Αμερικανική Οργάνωση για τη γυναικεία ψήφο», που για το σκοπό αυτό επιδίωκε συνταγματικές τροποποιήσεις. Τον Αύγουστο του 1854 η Φρειδερίκη Μπρέμερ δημοσίευσε στους «Τάιμς» μια έκκληση για διεθνή συνεργασία των γυναικών και το 1888 προετοιμάστηκε το πρώτο Διεθνές Συνέδριο Γυναικών στην Ουάσιγκτον.

Η 8 του Μάρτη 1857 είναι μέρα ορόσημο για το παγκόσμιο φεμινιστικό κίνημα. Την ημέρα εκείνη οι εργάτριες ιματισμού της Νέας Υόρκης ξεσηκώθηκαν, έκαναν απεργία και διαδήλωσαν στους δρόμους διαμαρτυρούμενες για τους άθλιους όρους δουλειάς.

Το 1910 η Κλάρα Τσέκιν πρότεινε στο Σοσιαλιστικό Συνέδριο της Κοπεγχάγης να κηρυχθεί η 8 του Μάρτη σαν παγκόσμια αγωνιστική μέρα της γυναίκας. Μέχρι και σήμερα ο αγώνας των γυναικών συνεχίζεται ανένδοτος για την εξάλειψη των διακρίσεων σε βάρος της¹⁴. Τα αιτήματα συνδέονται με τα ισχύοντα κοινωνικά και πολιτικά πρότυπα, που βάλλουν την θέση των γυναικών. Ένα από τα βασικότερα ζητούμενα απανταχού των γυναικών είναι να εξαλειφθεί παντελώς η νοοτροπία των ανδρών να θεωρούν το γυναικείο φύλλο κατώτερο και να το συνδέουν με την αδυναμία σε μια πολυεπίπεδη διάσταση.

Ζητούμενο παραμένουν οι ίσες ευκαιρίες στον εργασιακό χώρο, η αποδοχή των ικανοτήτων των γυναικών στο δημόσιο και τον ιδιωτικό βίο. Το δικαίωμα της ψήφου, μπορεί να έχει κερδηθεί στην Ευρώπη, δεν συμβαίνει όμως το ίδιο και σε χώρες του τρίτου κόσμου (αν και εκεί τα προβλήματα είναι ακόμη πιο περίπλοκα και δεν εξαντλούνται στο δικαίωμα της ψήφου) ή σε χώρες που βρίσκονται υπό δικτατορικής εξουσία¹⁵

Στο σημείο όμως αυτό θα πρέπει να εξετάσουμε και τη κοινωνική αντίληψη της θέσης του άνδρα και αυτήν να την δούμε σε συνάρτηση με τον ρόλο της γυναίκας. Από τις απαρχές του κόσμου, το πρόσωπο του άνδρα συνδεόταν με την δύναμη και την εξουσία. Ο άνδρας ήταν η κεφαλή της οικογένειας, έπαιρνε αποφάσεις, φρόντιζε την οικογένεια, στρατευόταν και υπερασπιζόταν την οικογένεια, την τιμή ή την πατρίδα του. Τα στοιχεία αυτά με τα χρόνια υπερτονίσθηκαν και αποτέλεσαν την βάση για να υπερισχύσει έναντι της γυναίκας.

¹⁴ Ελένης Παμπούκη Ατζέντα Γυναικών 1997, από το βιβλίο της Κούλας Ξηραδάκη, Το Φεμινιστικό Κίνημα στην Ελλάδα

¹⁵ Σαλιμπά Ζιζή, Οι Γυναίκες Εργάτριες, Εκδόσεις, Κέντρο Νεοελληνικών Ερευνών, Αθήνα 2002, Σελ 27 - 32

Εξετάζοντας λοιπόν τα δύο φύλα, από τη μία πλευρά έχουμε τον άνδρα, που θεωρείται πηγή δύναμης και εξουσίας και από την άλλη τη γυναίκα που τεκνοποιεί και υποτάσσεται στις επιταγές του άνδρα. Το σχήμα αυτό επικρατούσε – και σε ορισμένες χώρες επικρατεί ακόμα – για πολλά χρόνια. Το θέμα είναι από πού ξεκινά η αντίληψη αυτή. Η απάντηση δεν είναι άλλη από την κοινωνία. Η κοινωνία είναι αυτή που θέτει τους συγκεκριμένους ρόλους και αυτό επειδή πρέπει να λειτουργήσει κάτω από ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Τα παιδιά δεν γνωρίζουν από ρόλους και από θέσεις, μεγαλώνοντας καλούνται να εναρμονισθούν με το ισχύον κοινωνικό πλαίσιο και να αποτελέσουν μέρος του συνόλου. Αυτό όμως σημαίνει πως πρέπει να αναλάβουν και συγκεκριμένους ρόλους.

1.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Ο Connell, υποστηρίζει πως η φύση από μόνη της δεν μπορεί να θέσει συγκεκριμένους ρόλους και συμπεριφορές. Για να γίνει αυτό χρειάζεται η συνεισφορά της κοινωνίας. Οι εξωτερικοί παράγοντες, όπως η οικογένεια, η κοινωνία, η εξουσία, είναι αυτοί που οριοθετούν το πεδίο δράσης. Αυτοί οι παράγοντες δημιουργούν το κοινωνικό φύλλο. Το κοινωνικό φύλλο είναι μια έννοια, που συνεχώς διαμορφοποιείται και ανανεώνεται. Αλλάζει ανάλογα με τα δεδομένα της εποχής. Μπορεί ως άτομα να έχουμε την αντίληψη, ότι το φύλο είναι ένας παγιωμένος και καθορισμένος παράγοντας, στην ουσία όμως είναι κάτι που μεταβάλλεται παράλληλα με την πορεία του ανθρώπου¹⁶.

Για να κατανοήσουμε αυτό, αρκεί να αναλογιστούμε τις μεταβολές – αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν τον τελευταίο αιώνα, δεν είναι μόνο η φεμινιστική επανάσταση του 18^{ου} και 19^{ου} αιώνα, αλλά και πόσα άλλα πράγματα έχουν αλλάξει μέχρι σήμερα. Αρκεί να σκεφτούμε ότι σήμερα είναι φυσικό το να θέσει υποψηφιότητα μια γυναίκα σε μια εκλογική διαδικασία. Αρκεί να σκεφτούμε πως αρκετοί άνδρες, μένουν στο σπίτι επωμιζόμενοι την φροντίδα των παιδιών, ενώ οι γυναίκες τους εργάζονται¹⁷. Το κοινωνικό φύλλο,

¹⁶ Connell R. W., Το κοινωνικό Φύλλο, Εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα 2006, Σελ 74 - 86

¹⁷ Θ. Κάρζη, Η Γυναίκα τον 20^ο Αιώνα, Εκδόσεις Δοκίμιο, Αθήνα 1993, Σελ 13 - 92

η έννοια, αναδομείται, μεταλλάσσεται, εξελίσσεται και συγκροτείται στη βάση της καθημερινότητας και των αναγκών της¹⁸.

Θα πρέπει όμως επίσης να επισημάνουμε και την έννοια του φύλου. Ο όρος δημιουργήθηκε αρχικά ως τύπος που διέκρινε τον άνδρα από την γυναίκα. Μοιραία λοιπών κατέτασσε το είδος σε βιολογικές κατηγορίες. (sex, sexe = βιολογικό ή σεξουαλικό φύλο). Ο όρος Gender = κοινωνικό φύλο, εμφανίστηκε κατά τη δεκαετία του '50. Η χρήση του παρέπεμπε στη διαδικασία της γέννησης και της παραγωγής¹⁹. Η χρήση του όρου ξεκίνησε από φεμινίστριες της Αμερικής το 1970, σε αντιδιαστολή του βιολογικού ντετερμινισμού του όρου sex, δηλαδή σεξουαλικό φύλο. Με τον καιρό η χρήση γενικεύτηκε σε σημείο, που πολλές φορές να αντικαθιστά τη λέξη γυναίκα²⁰.

Σήμερα, στον επιστημονικό χώρο, το φύλο ή το κοινωνικό φύλο συνδέεται με κοινωνικές κατηγορίες, που με την σειρά τους παρουσιάζουν τα δεδομένα την κοινωνικής και πολιτικής ζωής. Έτσι λοιπών η κοινωνία είναι αυτή που θέτει τον άνδρα ισχυρότερο της γυναίκας και το κοινωνικό φύλο διαμορφώνεται κατά τρόπο αντίστοιχο. Μέσα στο περιβάλλον που μεγαλώνουμε είναι εμφανής ο διαχωρισμός άνδρας – γυναίκας. Αν δούμε την σημερινή εποχή, θα καταλάβουμε πως τα εμπόδια δεν έχουν απολύτως καμφθεί, έχουν όμως σε μεγάλο βαθμό παραμερισθεί. Η αγορά εργασίας αν και άνοιξε για τις γυναίκες, εντούτοις είναι πιο εύκολο να προτιμηθεί ένας άνδρας έναντι μιας γυναίκας.

Ακόμη και σήμερα αποκλειστικός χώρος της γυναίκας θεωρείται το σπίτι, όπως επίσης και αποκλειστική της ενασχόληση η ανατροφή των παιδιών. Αν αυτά όμως τα δούμε σε επίπεδο κοινωνίας και εργασιακών ευκαιριών, αντιλαμβανόμαστε πως ο ρόλος αυτός αποτελεί τροχοπέδη για την κατάληψη μιας θέσης. Ας μην ξεχνάμε πως η μητρότητα συνδέεται με επιδόματα και παροχές, που όλοι οι εργοδότες δεν επιθυμούν να δώσουν. Το κοινωνικό κατεστημένο, αφήνει το περιθώριο σε θέσεις του τύπου «είμαι

¹⁸ Connel R. W., Το κοινωνικό Φύλλο, Εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα 2006, Σελ 55 - 64

¹⁹ Connel R. W., Το κοινωνικό Φύλλο, Εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα 2006, Σελ 7 - 18

²⁰ Scott J. W., *Gender and the Politics of History*, N.York: Columbia University Press, 1988, Σελ 292 - 293

άνδρας» να θεωρούνται αξίωμα και να τεκμηριώνουν άτυπα ενέργειες ή πρακτικές αντικοινωνικές.

Η έκφραση αυτή πολλές φορές εκστομίζεται, προς υπεράσπιση των ενεργειών των ανδρών, κάτι που είναι εντελώς λανθασμένο. Το «είμαι άνδρας», έφτασε να είναι συνώνυμο του «έχω δύναμη, εξουσία», ενώ από την άλλη το «είμαι γυναίκα» εκφέρεται ως αποδοχή της κοινωνικής κατωτερότητας. Αντίστοιχη είναι και η συμπεριφορά των φύλλων. Οι καταστάσεις αυτές αν και διαφοροποιούνται από κοινωνία σε κοινωνία, στη βάση τους είναι όμοιες σε όλους τους λαούς και σε όλες τις εποχές. Η βιολογική διαφορά των δύο φύλων ακόμη και σήμερα παραμένει ουσιαστική και τα διαφοροποιεί σε κοινωνικό, πολιτικό και πολιτιστικό επίπεδο.

Αναφερόμενη στην βιολογική διαφορά επανερχόμαστε στο θέμα μητέρας – παιδιού – οικογένειας. Το γυναικείο φύλο είναι επιφορτισμένο με την δημιουργία της οικογένειας, χωρίς όμως να γίνεται αντιληπτό πως η σχέση αυτή δεν εξαντλείται στην αναπαραγωγική διαδικασία. Το να δημιουργείς ζωή, είναι αξίωμα και θα πρέπει να γίνει κατανοητό, ότι στη διαδικασία αυτή απαιτείται η συμμετοχή και των δύο φύλων. Για να γίνει σεβαστή η σχέση αυτή, θα πρέπει να ξεκινήσουμε από το επίπεδο της σχέσης του ζευγαριού, να την επεκτείνουμε στην οικογένεια, για να βρει εφαρμογή στο κοινωνικό σύνολο.

Ο κατεξοχήν ρόλος της γυναίκας, η μητρότητα, οφείλει να είναι σεβαστή από πολιτεία, κοινωνία αλλά κυρίως από το ανδρικό φύλλο και να μην θεωρείται η γυναίκα αποκλειστικά ως όργανο αναπαραγωγής²¹. Είναι εξαιρετικά μισάνθρωπη η αντίληψη ορισμένων πως μοναδικός ρόλος της γυναίκας είναι η ευτυχία του άνδρα και η ανατροφή των παιδιών. Μια τέτοια εγωιστική και αυταρχική θέση, είναι εξευτελιστική όχι μόνο για το ανδρικό φύλλο που την εκφράζει αλλά και για την κοινωνία στο σύνολό της. Η τεκνογονία και η ανατροφή των παιδιών είναι ευθύνη των συζύγων.

²¹ Όλουεν Χάφτον, Ιστορία των Γυναικών στην Ευρώπη (1500 – 1800), Εκδόσεις Νεφέλη, Αθήνα 2003, Σελ 210 - 257

Η παραδοσιακή αντίληψη που επικρατούσε για αιώνες πως η γυναίκα είναι το αδύναμο φύλλο, δυστυχώς αποδυνάμωσε την θέση της. Ακόμη και σήμερα ακούμε για κακοποίηση, καταπίεση και η κάθε μορφής εκμετάλλευση των γυναικών. Φαινόμενα όπως αυτά πρέπει να σταματήσουν, για μπορέσουν με ισότητα και τα δυο φύλα, να πορεύονται στη ζωή. Γιατί αυτό είναι το περιεχόμενο της ίδιας της ζωής, της ανθρώπινης ύπαρξης, ανεξάρτητα φύλο και κάθε άλλη διάκριση. Οι άνθρωποι πρέπει να μπορούν να απολαμβάνουν τα ίδια δικαιώματα, αλλά έχουν και τις ίδιες υποχρεώσεις.

Σταδιακά, οι γυναίκες, κατάφεραν να κατακτήσουν αρκετούς από τους στόχους τους. Αν και τα αποτελέσματα δεν ήταν της ίδιας κλίμακας σε όλες τις κοινωνίες. Πέτυχαν την εξύψωση τους μέσα στον οικογενειακό χώρο – καθιέρωση γονικής μέριμνας, κατάργηση προίκας, κοινή συνεισφορά στις οικογενειακές ανάγκες κλπ – την κοινωνική χειραφέτηση – ελεύθερη επιλογή επαγγελματιών, ίση αμοιβή για εργασία ίσης αξίας κλπ – και την πολιτική χειραφέτηση – το 1952 αποκτούν το δικαίωμα του εκλέγειν και εκλέγεσθε, συμμετοχή στα κέντρα λήψης αποφάσεων.

Σήμερα θεωρείτε αυτονόητο μια γυναίκα να έχει την δυνατότητα, να σπουδάζει, να ψηφίζει, να πολιτεύετε, να εργάζεται και να σταδιοδρομεί σε όποιο τομέα της επιτρέπουν οι ικανότητές της, να έχει οικογένεια και ανατρέφει παιδιά παράλληλα με την επαγγελματική της εξέλιξη και γενικότερα να έχει ίσα δικαιώματα και απολαβές με τον άνδρα. Στην εποχή μας η γυναίκα με τις κατακτήσεις της αντιπροσωπεύει μια δυναμική παρουσία σε οικονομικό πολιτικό και κοινωνικό επίπεδο, που ολόκληρη η κοινωνία σε παγκόσμιο επίπεδο αναγνωρίζει. Οι γυναίκες συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγή των υλικών αγαθών και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση των πολιτιστικών αξιών της κοινωνίας μας.

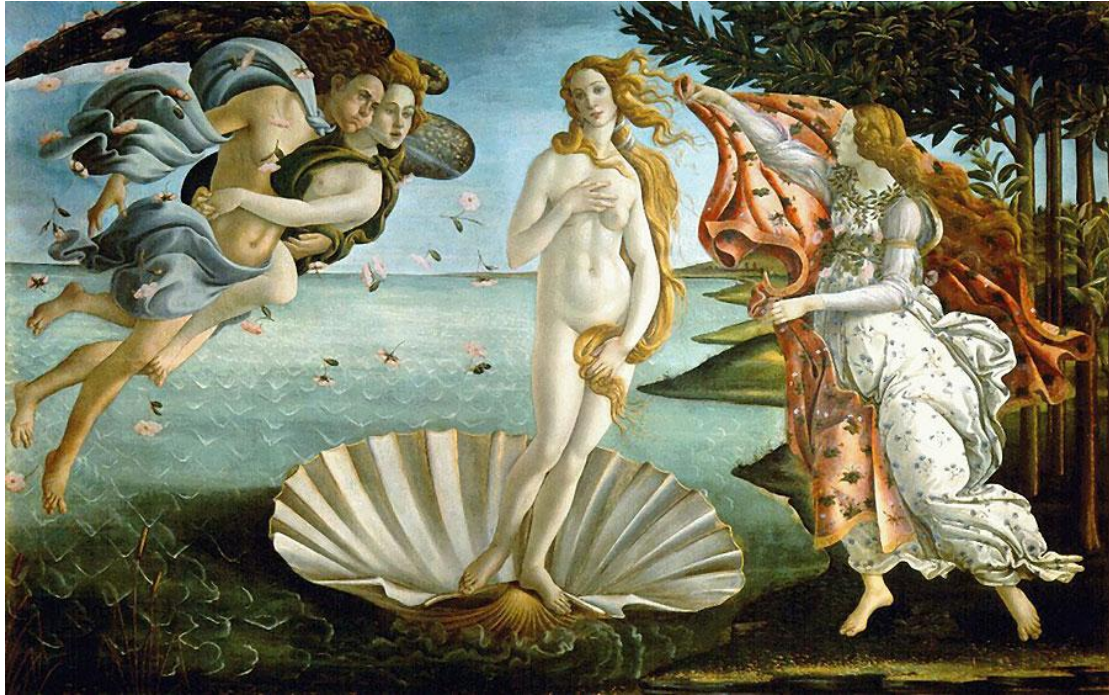
Όλα αυτά όμως ήταν αποτέλεσμα επίπονων προσπαθειών και συλλογικών αγώνων και προς την κατεύθυνση αυτή βοήθησαν όλες οι

γυναίκες : αγράμματες, διανοούμενες, άνεργες, επιστήμονες, φτωχές, πλούσιες, όμορφες, άσχημες²², ...

²² <http://apopseis.wordpress.com>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Η ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΚΑΙ Η ΟΜΟΡΦΙΑ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΗ



Στην ιστορία της τέχνης αλλά και της επιστήμης η απεικόνιση του ανθρώπινου προσώπου και σώματος όπως και η διερεύνηση της ανατομίας τους κατέχουν μια ξεχωριστή και εξέχουσα θέση. Ο άνθρωπος ανέκαθεν έδειχνε ενδιαφέρον για τη μελέτη και την αναπαράσταση του προσώπου και οι πρώτες απεικονίσεις χρονολογούνται από την προϊστορική ακόμα εποχή, διαγράφοντας μία πορεία παράλληλη με αυτήν του ανθρώπινου γένους μέσα στο χρόνο. Κάθε εποχή όμως έχει και μία χαρακτηριστική όσον αφορά στην εξέταση και την αναπαραγωγή της δομής του προσώπου και το γεγονός αυτό αντικατοπτρίζει σε μεγάλο βαθμό τις διάφορες αντιλήψεις κάθε ιστορικής περιόδου σε σχέση με την ομορφιά.²³

Αγάλματα και πίνακες απεικονίζουν την γυναικεία ομορφιά και εξυμνούν το κάλλος του γυναικείου προσώπου και σώματος. Οι περισσότεροι ζωγράφοι και γλύπτες ασχολήθηκαν με τη γυναίκα και μάλιστα υπό μορφή έρωτος για την ομορφιά που αυτή αποπνέει. Οι γυναικείες φιγούρες υπήρξαν το αγαπημένο θέμα μίας ολόκληρης σειράς πινάκων και κατόπιν μιας

²³ Χρήστος Α. Μηλιώνης, Η ιστορική εξέλιξη της ανατομικής μελέτης και απεικόνισης του ανθρώπινου προσώπου, Αρχαία Ελληνικής Ιατρικής 2008, 25(6),σ.799

ολόκληρης σχολής ζωγραφικής που αντικατόπτριζε το γυναικείο πρότυπο της εκάστοτε εποχής.

Οι αρχαίοι Έλληνες ανέδειξαν το σωματικό και ψυχικό κάλλος σε πρωταρχικό μέλημα ζωής. Η αρμονία ήταν το αποτέλεσμα του επιτυχημένου συνδυασμού αυτών των δύο στοιχείων. Οι αρχαίοι Έλληνες πίστευαν ότι το μυστικό της ομορφιάς κρυβόταν στις αναλογίες του προσώπου και για το λόγο αυτό²⁴ διαίρεσαν το πρόσωπο σε τρία ίσα μέρη: Από τη γραμμή των μαλλιών ως τα φρύδια, από τα φρύδια ως το πάνω χείλος και από το πάνω χείλος ως το πηγούνι. Την ιδανική αυτή αναλογία ονόμασαν «χρυσή τομή» αποδεικνύοντας ότι θεωρούσαν την ομορφιά θέμα μαθηματικών.

Οι ζωγράφοι της Αναγέννησης μιμούμενοι τους αρχαίους Έλληνες «κράτησαν» τα μαθηματικά, αλλά διαίρεσαν το πρόσωπο σε επτά τμήματα και όχι σε τρία. Το πρότυπο ενός αγγέλου, που ζωγράφησε ο Μποτιτσέλι, ταυτίστηκε με το ιδανικό της ομορφιάς και το ίδιο ιδανικό χρησιμοποίησαν και οι προ-ραφαηλικοί ζωγράφοι του 19ου αιώνα. Κατά το Μεσαίωνα, η Αφροδίτη του ζωγράφου Κράναχ, με τα μακριά λευκά μέλη και το λυγρό κορμί, που το σχήμα του θύμιζε κάπως αχλάδι, αντικατόπτριζε το ιδανικό του τέλειου σώματος. Κάποιοι άλλοι καλλιτέχνες που δεν έμεναν ικανοποιημένοι ούτε από τις κλασικές ούτε από τις αναγεννησιακές αναλογίες όσον αφορά στην τελειότητα του ανθρώπινου κορμιού, ακολούθησαν άλλη μέθοδο, τη σύνθεση. Ένας από τους πιο σημαντικούς αυτούς καλλιτέχνες ήταν ο Ρέϋνολντς (18ος αιώνας), ο οποίος σταχυολογούσε από τους ανθρώπους γύρω του διάφορα χαρακτηριστικά και τα «συναρμολογούσε» για να δημιουργήσει αυτό που, κατά τη γνώμη του, ήταν το πιο αρμονικό και πιο όμορφο πρόσωπο. Υποστήριζε ότι εφόσον δεν μπορεί να βρεθεί το τέλειο στην ίδια τη ζωή, άρα και η ομορφιά δεν θα μπορούσε ποτέ να είναι μία μαθηματική εξίσωση.²⁵

Ο διαχωρισμός του πραγματικού από το ιδανικό έγινε τον εικοστό αιώνα, λόγω του ότι οι καλλιτέχνες σταμάτησαν πλέον να ζωγραφίζουν πια

²⁴ Κόκκα Μαρία, Το καλλοντικό στην αρχαιότητα, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 2

²⁵ Κόκκα Μαρία, Το καλλοντικό στην αρχαιότητα, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 2

να ζωγραφίζουν πιστά τα πρόσωπα και τα σώματα, γιατί τα κριτήρια τους για την ομορφιά έγιναν περισσότερο υποκειμενικά παρά συγκεκριμένα και γενικά η τέχνη στράφηκε στην αφαίρεση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, τα χωρίς πρόσωπο σώματα του γλύπτη Μπρανκούζι και οι πελώριες γλυπτικές φόρμες του Μουρ.

Η ομορφιά βρίσκεται γύρω μας, απλώνεται μπροστά στα μάτια μας. Μπορεί να θαυμάζεται, να αντιγράφεται, να ζωγραφίζεται ή ακόμα και να αμφισβητείται. Η παραδοχή της στηρίζεται στον θεατή και όχι στο ίδιο το άτομο που είναι φορέας ή όχι αυτής. Το αποτέλεσμα είναι συνήθως να καταλήγουμε και εμείς να βλέπουμε τον εαυτό μας μέσα από τα μάτια των άλλων ανθρώπων και να εφαρμόζουμε τα κριτήρια των άλλων σε αυτά που αντικρίζουμε εμείς οι ίδιοι μπροστά στον καθρέφτη μας. Μολονότι όλοι συντροφευόμαστε από την εικόνα μας, αυτή εν τέλει δεν είναι η πραγματική μας εικόνα. Είναι η εικόνα που πλάστηκε από τις κρίσεις που περιμένουμε πως οι άλλοι θα κάνουν για εμάς.

2.1.1 ΠΡΟΤΥΠΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΗ

Το ωραίο έχει το βασικό χαρακτηριστικό ότι αντέχει στο χρόνο. Οι κανόνες όμως της τέλει εμφάνισης διαγράφουν μία ξεχωριστή πορεία καθώς μεταβάλλονται από δεκαετία σε δεκαετία και διαμορφώνουν τα πρότυπα της γυναικείας ομορφιάς και καλαισθησίας. Για να δούμε τις αλλαγές στην γυναικεία εμφάνιση θα κάνουμε μία αναδρομή του 20^{ου} αιώνα και τα πρότυπα γυναικών που προβλήθηκαν είτε από τον κινηματογράφο είτε από την τηλεόραση, έτσι ώστε να μην αναλωθούμε σε λεπτομερείς περιγραφές από το πιο μακρινό παρελθόν, οι οποίες ενδεχομένως να κουράσουν καθώς θα φαντάζον άγνωστες στον αναγνώστη.

Η γυναικεία εμφάνιση αλλάζει με το πέρασμα του χρόνου. Οι γυναίκες σύμβολα ομορφιάς άλλοτε είναι οι ξανθές, άλλοτε οι μελαχρινές. Παλαιότερα, για να θεωρηθεί μια γυναίκα όμορφη θα έπρεπε να έχει έντονες καμπύλες, και λεπτή μέση, να είναι προσεγγμένη κόμμωση και να είναι βαμμένη σε στυλ βαμπ από τις πρωινές ώρες μέχρι να πάει για ύπνο. Τη σημερινή εποχή τα πράγματα έχουν αλλάξει. Το τέλει πακέτο αναλογιών είναι το «πακέτο 90-60-

90», το ύψος πρέπει να ξεκινάει από το 1,75 μ. και το όλο στυλ να συμβαδίζει με το μετα-heroin-chic στοιχείο που δεν έχει καμία σχέση, π.χ., με τα πρότυπα γυναικείας ομορφιάς της δεκαετίας του '60, κατά τη διάρκεια της οποίας κυριαρχούσαν πληθωρικές φιγούρες και φρέσκα πρόσωπα με έντονα χαρακτηριστικά, όπως η Μέριλιν Μονρόε.

Χόλιγουντ δεκαετίες '20, '30, '40: Μεσο- και μεταπολεμική εποχή



Επικρατούσε το art deco στυλ και οι γυναίκες της εποχής έπρεπε απαραίτητως να ταιριάζουν με αυτό. Το στυλ αυτό απαιτούσε λιτές γραμμές, όχι έντονα χρώματα, αλλά και συνδυασμό των καμπυλωτών επιφανειών με τις έντονες γωνίες. Αυτά αν τα

μεταφέρουμε στην γυναικεία εμφάνιση έχουμε την εξής εικόνα: Αρκετά κοντά, κυματιστά μαλλιά, άλλοτε κομμένα σε καρέ και σε καμιά περίπτωση το μήκος τους δεν ξεπερνάει το ύψος των ώμων. Τα μάτια είναι έντονα βαμμένα με eye liner και τα φρύδια βγαίνουν εντελώς και με μολύβι ζωγραφίζονται πιο ψηλά από εκεί που αρχικά ήταν. Τα χείλη είναι μικρά και βαμμένα σε έντονο κόκκινο. Η γραμμή των ρούχων είναι κυρίως στενή και οι ώμοι τονίζονται με βάτες, βλ. Μαρλέν Ντίτριχ και Γκρέτα Γκάρμπο. Οι τολμηρές γυναίκες της εποχής, όπως η Κοκό Σανέλ και η Γκαλά Νταλί φορούν παντελόνια σε αυστηρή ανδρική. Η Μεί Γουέστ γίνεται η πρόδρομος της επέλασης του ντεκαπάζ, με τα ξανθά πλατινέ μαλλιά της σε συνδυασμό με τα έντονα βαμμένα χείλη της να παρασύρουν τις περισσότερες γυναίκες στο στυλ αυτό. Η μόνη κοκκινομάλλα που ξεχωρίζει είναι η Ρίτα Χέιγουορθ, που και εκείνη όμως σε λίγο θα αποφασίσει να βαφτεί ξανθιά και θα χάσει τη μεγαλοπρέπεια που της έδινε η ξεχωριστή της κόμη. Το εβένινο κοντό καρέ με τις αφέλειες που μερικά χρόνια πριν είχε λανσάρει και επιβάλλει στη μόδα η Λουίζ Μπρουκς έχει πλέον παρέλθει. Μετά από πολλά χρόνια όμως θα επανέλθει και θα κυριαρχήσει και πάλι στη μόδα.

Χόλιγουντ 50s: Ο πόλεμος είναι πια παρελθόν



Ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος μπορεί να έχει τελειώσει, όμως τα έντονα σημάδια του στις αναλογίες των γυναικών έχουν μείνει. Οι περισσότερες γυναίκες είναι «καχεκτικά» αδύνατες και είναι συχνό φαινόμενο να αντιμετωπίζουν προβλήματα υγείας, όπως η Οντρεϊ Χέπμπορν. Το λεπτεπίλεπτο όμως αυτό στυλ τους σηματοδοτεί τη δεκαετία και τελικώς ταυτίζεται με την έννοια της κομψότητας. Τα μαλλιά γίνονται πιο μακριά από τις προηγούμενες δεκαετίες και χτενίζονται προς τα πίσω, είτε μαζεμένα σε σινιόν είτε χτενισμένα πίσω από τους ώμους με χωρίστρα απαραίτητως στο πλάι. Μαζί με την Οντρεϊ Χέπμπορν, που τότε ήταν ανερχόμενη σταρ του Χόλιγουντ, πρέπει να αναφέρουμε ως σύμβολα της εποχής και άλλες «εύθραυστες» γυναίκες, όπως η Κάθριν Χέπμπορν, η Βίβιαν Λι και η Τζίντζερ Ρότζερς. Εμφανίζονται όμως και κάποιες πληθωρικές γυναίκες, που το στυλ τους θα σηματοδοτήσει την επόμενη δεκαετία, όπως η Ανίτα Εκμπεργκ που έγινε γνωστή από την ταινία «Ντόλτσε Βίτα», η Αβα Γκάρντνερ, που ξεχωρίζει μέσα στην πλατινέ μονοτονία της εποχής με τα κατάμαυρα κοντοκουρεμένα μαλλιά της και φυσικά το πιο χαρακτηριστικό ίσως παράδειγμα πληθωρικής μεταπολεμικής ξανθιάς, η Μέριλιν Μονρόε. Στα τέλη της δεκαετίας κάνει την εμφάνιση της και η Μπριζίτ Μπαρντό, συνδυάζοντας ένα καλλίγραμμο σώμα στις αναλογίες μπαλαρίνας με πλούσια ξανθά μαλλιά χτενισμένα σε στυλ «μόλις σηκώθηκα από το κρεβάτι». Ο δρόμος για τα 60s έχει πια στρωθεί...

Δεκαετίες '60-'70: Η έκρηξη της θηλυκότητας



Στη δεκαετία του '60 όπως είπαμε και παραπάνω μεσουρανούν οι πληθωρικές γυναίκες, όπως η Μέριλιν Μονρόε βρίσκεται στο απόγειό της, η Αβα Γκάρντνερ, η Ελίζαμπεθ Τέιλορ και η Νάταλι Γουντ. Παράλληλα υπάρχει και μία ακόμη γενιά πιο κομψών αναλογικά γυναικών, όπως η Γκρέις Κέλι, η Οντρεϊ Χέμπφορν, η οποία εξακολουθεί και σε αυτή τη δεκαετία να επηρεάζει τις γυναίκες με το στυλ

της καθιερώνοντας έτσι στο Χόλιγουντ τον γάλλο σχεδιαστή Ζιβανσύ. Η Μπριζίτ Μπαρντό η Κατρίν Ντενέβ αποτελούν πρότυπα για τις γυναίκες στην Ευρώπη. Στα τέλη της δεκαετίας του '60 κάνει την εμφάνισή της και η λεπτεπίλεπτη Τζέιν Φόντα, ντυμένη ως Μπαρμπαρέλα.

Στην δεκαετία του '70 τα πρότυπα αλλάζουν και ταυτίζονται ακόμη περισσότερο με τις κοινωνικές ανακατατάξεις. Η νέα φουρνιά προτύπων δεν έχει καμία σχέση με τα πρώην πρότυπα. Η σεξουαλική επανάσταση θέλει τις γυναίκες απελευθερωμένες στην μπροσέμ ζωή τους. Το φεμινιστικό κίνημα έχει πλέον επικρατήσει, τα σουτιέν κάηκαν με την επικράτηση της σεξουαλικής επανάστασης και οι γυναίκες αποφάσισαν ότι δεν είναι ανάγκη να «ζορίζονται» για να είναι θηλυκές. Η Ζακλίν Μπισέ, η Σαρλότ Ράμπλινγκ, η Φέι Ντάναγουεϊ, η Τζεραλντίν Τσάπλιν, η «καινούργια» ακτιβίστρια Τζέιν Φόντα, η Τουίγκι και πολλές ακόμη υιοθετούν ένα στυλ που άλλοτε παραπέμπει σε χίπι και άλλοτε σε επιτηδευμένη ψυχεδέλεια.

Δεκαετία '80: Η δυναστεία της βιάτας



Επικρατούν αλλαγές στο εργασιακό περιβάλλον και το μέχρι πρότινος ασθενές φύλο μπορεί να πάρει τη θέση του ισχυρού στο γραφείο. Πρωτοστάτες στην αλλαγή αυτή είναι η Τζόαν Κόλινς, η Λίντα Εβανς, η Στέφανι Πάουερς, η Μέριλ Στριπ, η Γκλεν Κλόουζ και

όλες εκείνες οι φεμινίστριες που προσπαθούν, η καθεμιά με τον τρόπο της, να αποδείξουν ότι δεν έχουν να ζηλέψουν σε τίποτα τους άντρες, αλλά και ότι δεν υστερούν σε τίποτα έναντι των ανδρών. Άλλοτε παρουσιάζονται ως ωραίες-σκύλες και υπέρ του δέοντος δυναμικές και άλλοτε φαίνονται να παραμελούν την εξωτερική τους εμφάνισή καταστρώνοντας σαφές ότι δεν έχουν να αποδείξουν τίποτε και σε κανέναν. Μπορούμε να παρατηρήσουμε είναι ένα είδος κόμπλεξ με τα «αδύνατα» σημεία του σώματός τους, που, αν δεν είναι απολύτως καλυμμένα, θα μπορούσαν να προκαλέσουν σεξουαλικά τους άντρες στον εργασιακό και μη χώρο. Κυριαρχεί ο τύπος της career woman και φοβάται την αμφισβήτηση από τους άνδρες όσον αφορά το σκέλος των ικανοτήτων. Γι' αυτόν τον λόγο οι γυναίκες φαίνονται πιο σκληρές και απεμπολούν την θηλυκότητα τους.

Το αυστηρό αυτό στυλ ευτυχώς δεν άντεξε πολύ γιατί όλες οι γυναίκες κατά βάθος θέλουν να φαίνονται και να είναι ωραίες. Έτσι προς το τέλος της δεκαετίας κάνουν την εμφάνισή τους τα σούπερ μόντελ, όπως η Σίντι Κρόφορντ, η Λίντα Εβαντζελίστα, η Κλόντια Σίφερ, η Ναόμι Κάμπελ, η Κάρλα Μπρούνι, η Τατιάνα Πάτιτς και η Κάρε Οτις, που είναι και οι πρωτοπόρες της νέας τάσης προτύπων. Στο ίδιο μοτίβο ακολουθούν και οι ηθοποιοί της νέας γενιάς όπως η Κιμ Μπέισινγκερ, η Τζούλια Ρόμπερτς και η Σάρον Στόουν. Όλες τους είναι το άπιαστο πρότυπο που θέλουν όλοι οι άντρες και που προσπαθούν να μιμηθούν όλες οι γυναίκες. Μπορεί τώρα να μη «σφίγγονται» μέσα σε κορσέδες και να ζορίζονται για να είναι ωραίες, κάνουν όμως τη δίαυτα τρόπο ζωής τους και ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος τους

καταναλώνεται στο γυμναστήριο για να μπορέσουν να φορέσουν τα σέξι ρούχα που επιτάσσει η μόδα.



90s: Η γυναίκα-καχεκτικό

Με την είσοδο της δεκαετίας του '90 ξεκινάει μία ακόμη «επανάσταση» που ακούει στο όνομα grunge. Οι γυναίκες ναι μεν μπορεί να είναι δυναμικές και απελευθερωμένες, η εμφάνισή τους δε πρέπει να δείχνει αδυναμία και δίνει στους άντρες την αίσθηση ασφαλείας. Και ποιος είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να το πετύχουν; Το φαίνονται και να είναι αδύνατες σε βαθμό που στο παρελθόν θα

ορίζονταν ως καχεκτικές. Το πρότυπο γυναίκας που θυμίζει κοριτσάκι που χρειάζεται προστασία γίνεται η Κεϊτ Μος και ακολουθούν με παρόμοιο στυλ η Μεγκ Ράιαν, η Γουίνονα Ράιντερ, η Κρίστεν Μακ Μέναμι, η Ούμα Θέρμαν, η Τζούλια Ρόμπερτς και αργότερα η Γκούινεθ Πάλτροου και η Κάμερον Ντίαζ. Οι πιο πολλές από τις προαναφερθείσες είναι πολύ ψηλές, πολύ λεπτές, δεν μπορούν να θεωρηθούν κλασικά ωραίες, αλλά έχουν ένα στυλ που τις κάνει να ξεχωρίζουν. Και το στυλ αυτό φαίνεται άνετο, επιμελώς ατημέλητο και γενικά απελευθερωμένο. Στα μέσα της δεκαετίας εμφανίζονται στις πασαρέλες μοντέλα που έμοιαζαν σαν να έχουν μόλις κάνει ένεση ηρωίνης. Πρόκειται για το λεγόμενο heroin-chic look. Η τάση αυτή άλλαξε, με μια στροφή 180 μοιρών προς την όψη της υγείας και «τα κόκκινα μαγουλάκια», η οποία αποκτάται με τη σωστή διατροφή και τη συστηματική γυμναστική.

21^{ος} αιώνας : Το κορίτσι της διπλανής πόρτας

Μετά το 2000 κάθε γυναίκα υιοθετεί το στυλ που της ταιριάζει. Το στυλ του μοντέλου που στο παρελθόν αποτέλεσε ευσεβής πόθος των γυναικών έχει απογοητεύσει όλες εκείνες που, εκ των πραγμάτων, η ανατομία τους δεν επιτρέπει να το ακολουθήσουν.

Ακόμη και τα σημερινά πρότυπα ομορφιάς που είναι κυρίως ηθοποιοί, δηλαδή πιο «καθημερινές» γυναίκες και όχι άπιαστες σαν τα σούπερ μόντελ, δεν μπορούν να θεωρηθούν ωραία σύμφωνα με τα κλασικά κριτήρια. Είναι απλά κοπέλες της διπλανής πόρτας, πάντα είναι καλλίγραμμες και τις περισσότερες φορές καλοντυμένες. Γενικά στην εποχή μας η ομορφιά και οι κανόνες της φαίνεται να βρίσκονται σε σύγχυση, η οποία θα μεγαλώνει και όσο περνάνε τα χρόνια. Και θα μεγαλώνει γιατί πάσχουμε από έλλειψη κοινωνικών προτύπων, που στο παρελθόν δημιουργούσαν, υπαγόρευαν και τελικά καθιέρωναν τα πρότυπα ομορφιάς της κάθε εποχής.²⁶

²⁶ Τα πρότυπα της γυναικείας ομορφιάς, όπως ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.tovima.gr>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ



Ισχυρός άνεμος σαρώνει στις μέρες μας τα ΜΜΕ και τα κοινωνικά συστήματα στα οποία λειτουργούν. Η ανάγκη της επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων είναι σύμφυτη με την ανθρώπινη ύπαρξη. Πολλές φορές, οι ανάγκες απαιτούσαν η διάδοση μιας πληροφορίας να γίνει μαζικά και γρήγορα. Αυτή η πρακτική ανάγκη αποτέλεσε την αφετηρία για την δημιουργία των ΜΜΕ. Από την αρχαιότητα, καταγράφεται η ύπαρξη και λειτουργία Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Ο «κήρυκας» που περιδιάβαινε την αρχαία Αγορά επιτελούσε αυτήν ακριβώς την λειτουργία: την μαζική και γρήγορη ενημέρωση. Οι τεχνικές επικοινωνίας εξελίχθηκαν. Ο γραπτός λόγος μπήκε για τα καλά στη ζωή μας σαν μέσο μαζικής επικοινωνίας. Παράλληλα, σχεδόν, αναπτύχθηκε και το ραδιόφωνο σαν μέσο γρήγορης και μαζικής ενημέρωσης. Η αμεσότητα στην πληροφόρηση σε συνδυασμό με την δυνατότητα επικοινωνίας από τεράστιες

αποστάσεις αποτέλεσαν την αιτία που καθιστά το μέσο αυτό βιώσιμο μέχρι σήμερα.

Πριν από μερικές δεκαετίες, ένα καινούριο «εργαλείο» προστέθηκε στο οπλοστάσιο των ανθρώπων της επικοινωνίας: η Τηλεόραση. Έκανε την έφοδό της και μπήκε επιθετικά μέσα σε κάθε πόλη, χωριό, σπίτι και σε κάθε δωμάτιο. Κάθε εικόνα ισοδυναμεί με χίλιες λέξεις. Τέλος, λίγο αργότερα, σε όλα αυτά προστέθηκε και το διαδίκτυο, το internet. Ένα σύστημα που επιτρέπει την άμεση και πολλαπλή επικοινωνία, οπουδήποτε με μια αμεσότητα που βγαίνει έξω από τις δυνατότητες αντίληψης του μέσου ανθρώπου.

Η επίδραση των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της «κοινής γνώμης» έγινε πολύ γρήγορα γνωστή. Η εισβολή της τηλεόρασης αποτέλεσε επανάσταση. Τώρα, η διείσδυση της πληροφόρησης έγινε πολύ πιο εύκολη, άμεση, και αποτελεσματική. Η πληροφορία, με τη μορφή εικόνας, φτάνει στον αποδέκτη της όπου κι αν βρίσκεται. Τον βρίσκει μέσα στο σπίτι του, καθισμένο στον καναπέ του. Φτάνει στον εγκέφαλό του, είτε ξέρει γράμματα, είτε όχι. Ο συνδυασμός εικόνας και ήχου έχει αποδειχτεί ότι αποτελεί τον καλύτερο συνδυασμό για την εμπέδωση της πληροφορίας. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι, χρησιμοποιείται ευρύτατα και για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Η υψηλή αποτελεσματικότητα στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης αποτέλεσε την κύρια αιτία για υψηλούς κόστους επενδύσεις στον συγκεκριμένο χώρο. Ταχύτατα αναπτύχθηκαν μεγάλα δίκτυα, με δεκάδες χιλιάδες πομπούς και αναμεταδότες, με εκατομμύρια εργαζόμενους σε κάθε μορφής θέσεις εργασίας που δημιούργησαν οι ανάγκες παραγωγής προγραμμάτων και λειτουργίας των καναλιών.

Υποστηρίζεται πως στις μέρες μας η ιδιωτική ζωή των ανθρώπων επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ). Πράγματι, στις μέρες μας και όσο ποτέ άλλοτε, τα media επηρεάζουν την ιδιωτική, αλλά και τη δημόσιά μας ζωή, αφού τα συναντούμε σε όλες τις εκφάνσεις και τρόπους ζωής, με πολυδιάφορες μορφές, είδη και θέματα.

Η «εισβολή» τους είναι πλέον δεδομένη και αδιαμφισβήτητη. Τα ΜΜΕ βρίσκονται παντού στη σημερινή εποχή, τόσο σε έντυπη μορφή (περιοδικά, εφημερίδες), όσο και σε ηλεκτρονική μορφή (τηλεόραση, ραδιόφωνο, Διαδίκτυο). Λόγω της πολυπληθούς παρουσίας τους, αρχικά μένουμε εμβρόντητοι χαζεύοντας σ' αυτό το πλήθος συσσωρευμένων στοιχείων και δεδομένων.

Αργότερα, αρχίζουμε να κάνουμε κάποιες επιλογές, έτσι ώστε να έχουμε όσο γίνεται περισσότερη, αντικειμενικότερη ενημέρωση σε θέματα που μας αφορούν. Έτσι βλέπουμε το Α' κανάλι της τηλεόρασης, ακούμε το Β' κανάλι του ραδιοφώνου, διαβάζουμε τη Γ' εφημερίδα και το Δ' περιοδικό, και «σερφάρουμε» στην Ε' ιστοσελίδα.

Η διαφήμιση είναι το σημαντικότερο πειθήνιο όργανο των ΜΜΕ. Με λόγια ωραία και θελκτικά, με δελεαστικές εικόνες «τραβούν» τους ακροατές/ τηλεθεατές/ αναγνώστες τους. Με τον τρόπο αυτό ο δέκτης αρχίζει να δέχεται πειστικά μηνύματα για να αγοράσει το προϊόν, αφού οι διαφημίσεις επαναλαμβάνονται συχνότατα. Όμως, δεν είναι μόνο οι διαφημίσεις που μας επηρεάζουν τον τρόπο της ζωής μας.

Τα ΜΜΕ, ιδιαίτερα η τηλεόραση, προβάλλουν διάφορες σειρές συνέχειας (σήριαλ ή σαπουνόπερες, ντοκιμαντέρ, κινηματογραφικές ταινίες, δελτία ειδήσεων κτλ). Όλα αυτά μας επηρεάζουν και θετικά και αρνητικά νέοι τρόποι ζωής ή οι διαφορετικοί. Οι τρόποι ζωής μας επηρεάζουν και αλλάζουν, έστω και σε μικρό βαθμό, τη ζωή μας. Ταυτόχρονα, τα δελτία ειδήσεων μας επηρεάζουν ιδιαίτερα τον ψυχολογικό τομέα, αφού τις περισσότερες φορές αποτελούν κράμα από θανάτους, δολοφονίες, πορνεία, μιζέρια κτλ.

Έτσι, μας κάνουν να νιώθουμε άσχημα καθώς και να τροποποιούμε κάποια πράγματα στη ζωή μας.

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας έχει προκαλέσει μια επανάσταση στο χώρο της επικοινωνίας, η τεχνολογία βοήθησε στην εξάπλωση των μέσων και σήμαινε την υπερκίνηση των αποστάσεων στο χώρο και το χρόνο, την υπέρβαση των γεωγραφικών εθνικών και φυλετικών ορίων, την ελεύθερη επικοινωνία και την ένωση της Οικουμένης, την απελευθέρωση ή την αναδημιουργία της ανθρώπινης φύσης.

Τα πρότυπα του ωραίου, της καλής ζωής και της επιτυχίας ομοιομορφοποιούνται και τυποποιούνται στην εποχή της μαζικής επικοινωνίας. Η μετάδοση των μηνυμάτων των μέσων και η αναμετάδοση από αυτά διαφόρων ρευμάτων όπως πχ από το χώρο της μόδας, της ομορφιάς ή του θεάματος, συμβάλλουν στην δημιουργία και διάχυση προτύπων που επηρεάζουν τα γούστα, τις επιλογές, τους στόχους και εν τέλει τον τρόπο ζωής του κοινού και περισσότερων των γυναικών.

Η συστηματική προβολή της ανατομικής παρουσίας της γυναίκας τόσο από τα ΜΜΕ όσο και από τις βιομηχανίες καλλυντικών ως πρωταρχικό κοινωνικό στοιχείο επιτυχίας και αποδοχής έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία και την ανάπτυξη άσβεστου ανταγωνισμού ανάμεσα στις γυναίκες στο επίπεδο της εμφάνισης τους, των ρούχων, των κοσμημάτων και στην απόκτηση υπεροχής, αλλά κυρίως αποδοχής θαυμασμού και αναγνώρισης.

«Ζούμε σε μια ναρκισσιστική κουλτούρα» επισημαίνει η ψυχολόγος-ψυχοθεραπεύτρια Μαριλύν Πιζάντε και υπογραμμίζει ότι στην εποχή μας δίνεται μεγάλη έμφαση στην εξωτερική εμφάνιση και γενικότερα στο να είναι κανείς ελκυστικός και γοητευτικός: θεωρείται πολύ σημαντικό να είναι κανείς λεπτός. Όπως επίσης είναι πολύ σημαντικό να παραμένει νέος. Τα ΜΜΕ μας επικοινωνούν τη μεγάλη σημασία αυτών των αξιών, με αποτέλεσμα κάθε χρόνο να ξοδεύουμε πάρα πολλά χρήματα και ενέργεια στην προσπάθεια να ανταποκριθούμε στα πρότυπα που μας επιβάλλει η σύγχρονη κουλτούρα(από άρθρο της εφημερίδας Ελευθεροτυπία).

Καθόλου παράξενο δεν είναι που ιστορίες όπως του Πάρη που προσέφερε το μήλο στην πιο όμορφη, την Ελένη ή του Ιουστινιανού που δεν διάλεξε την Κασσιανή υπάρχουν κατά χιλιάδες στην ιστορία και στην παγκόσμια βιβλιογραφία για να μας υπενθυμίζουν πως η ομορφιά υπήρξε πάντα ένα από τα θέματα που απασχολούσε τις γυναίκες.

Τα πρότυπα της γυναικείας ομορφιάς όπως είδαμε και σε προηγούμενη ενότητα αλλάζουν με το πέρασμα των δεκαετιών. Και αυτό επηρεάζεται και από τις κοινωνικές αλλαγές, αλλά και από τα Μ.Μ.Ε. Άλλοτε επικρατεί το ξανθό χρώμα και άλλοτε το μελαχρινό. Παλιότερα, για να θεωρηθεί μια γυναίκα ωραία έπρεπε να έχει έντονες καμπύλες και λεπτή μέση, ενώ σήμερα οι ιδανικές και τέλειες αναλογίες πρέπει 90-60-90 και με ύψος πάνω από 1,75 και το όλο στυλ να συμβαδίζει με την μοντέρνα εποχή.

3.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ

Πρωταρχικό και προαπαιτούμενο εργαλείο της σημερινής παντοδυναμίας των ΜΜΕ είναι η διαφημιστική προπαγάνδα, που στόχος της είναι η παραπλάνηση και ο αποπροσανατολισμός των μελών της κοινωνίας που μετατρέπονται σε μια ευκόλως ποδηγετούμενη αγέλη.

Η διαφορά διαφήμισης και προπαγάνδας έγκειται στο στόχο που προσπαθούν να επιτύχουν. Σκοπός της διαφήμισης είναι να πείσει το κοινό να αγοράσει ένα προϊόν. Δίνει σε αυτό πληροφορίες για το προϊόν και μετά προσπαθεί να διεγείρει την αγοραστική του επιθυμία. Στην προπαγάνδα γίνεται προσπάθεια να πείσουμε ένα άνθρωπο, όχι τόσο για τα προϊόντα αλλά για τις ιδέες. Μέσω των ιδεών θα διεισδύσουν στο υποσυνείδητο του κάθε ατόμου, είναι εφικτός ο μετασχηματισμός ενός ολόκληρου τρόπου ζωής μιας κοινωνικής ομάδας σύμφωνα με άρθρο της Cultural Tec Media Project με θέμα Διαφήμιση και Προπαγάνδα-Παραπλανητική Διαφήμιση.

Μέσα από τις διαφημίσεις περνούν πρότυπα ζωής που τις περισσότερες φορές είναι ιδεατά και εξιδανικευμένα, δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα και ως σκοπό έχουν να κάνουν τον δέκτη να ταυτιστεί με τα πρότυπα αυτά και να προβεί στην αγορά των αντίστοιχων προϊόντων.

Μελετώντας τον μηχανισμό διακίνησης ιδεών και προβολής προτύπων και μηνυμάτων που αποτελούν και το ρόλο της διαφήμισης παρατηρούμε πως στοχεύει ιδιαίτερα στην γυναίκα-καταναλωτή. Πράγματι, στις διαφημίσεις και τα πρόσωπα που διαφημίζουν τα προϊόντα είναι κυρίως γυναίκες μα και τα προτεινόμενα είδη αφορούν σε μεγάλο ποσοστό τη γυναίκα και τα ενδιαφέροντά της.

Στην εποχή ο μεγάλος εκτελεστής των γυναικών είναι η διαφήμιση. Τα τηλεοπτικά μέσα επιδόθηκαν σε μια πρωτοφανή επιστράτευση όμορφων γυναικών προκειμένου να ανακαλύψουν το κατάλληλο προϊόν κοντά στην πιο κατάλληλη γυναίκα και να ιδιοποιηθούν κάποιο κέρδος. Έτσι η γυναίκα σήμερα, αποτελεί τον πρώτο στόχο των βέλων τους μέσω της διαφήμισης αλλά και το κυριότερο όπλο επιβολής τους μέσα από τη διαφήμιση. Προβάλλει πολλά πρότυπα γυναίκας, έτσι ώστε να αγκαλιάζει όλο το φάσμα του

γυναικείου πληθυσμού. Το πρότυπο της εξευγενισμένης συζύγου που είναι όμορφη, αισθησιακή, καλλίγραμμη, ένα όργανο εύκολης μεταχείρισης αλλά και ακριβής συντήρησης, το πρότυπο της μοντέρνας νοικοκυράς που βρίσκει την ευτυχία μέσα σε μια κρυφή και πεντακάθαρη κουζίνα, το πρότυπο της πολυάσχολης εργαζόμενης που συνδέει την εργασία της με το καινούργιο κτένισμα της, το πρότυπο της μητέρας και σπανιότερα, ακόμα και το πρότυπο της γυναίκας διανοούμενης.

Η γυναίκα λοιπόν ως μέσο διαφήμισης παρουσιάζετε νέα, ωραία, ελκυστική με πλαστικότητα και αρμονία με την προβολή πρότυπο που τις περισσότερες φορές δεν αντανακλούν την ελληνική πραγματικότητα, μεταφέρει την γυναίκα σε κόσμους μαγευτικούς κάνοντάς την να ταυτίζεται με πρότυπα που της υποβάλλει.

Επιπροσθέτως, η γυναίκα που τα τελευταία χρόνια, κατόρθωσε να αποδεσμευτεί από την κοινωνική καταπίεση και τις παραδοσιακές αντιλήψεις σχετικά με τον ρόλο της στην οικογένεια και την κοινωνία έχει ανάγκη από κοινωνική καταξίωση.

Έτσι η γυναίκα προσπαθώντας να απαιτήσει καταξίωση από το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον, καταναλώνει διαρκώς και γίνεται ευάλωτη στο διαφημιστικό λόγο μέσα στο πλαίσιο της κοινωνικής αφθονίας.

Η σύγχρονη διαφήμιση προσαρμοσμένη στις απαιτήσεις της σημερινής εποχής έχει κύριο στόχο την γυναίκα. Διότι η γυναίκα εξαιτίας του ρόλου της ως διαχειρίστρια του οικογενειακού προϋπολογισμού και θεματοφύλακας της ευμάρειας του νοικοκυριού, είναι ο κύριος αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος, γιατί αποτελεί το βασικό καταναλωτικό πρόσωπο. Αυτή είναι που αγοράζει τα απαραίτητα για τα μέλη της οικογένειας, αυτή βρίσκεται πιο κοντά στους κανόνες της αγοράς, άρα αγγίζει περισσότερο η διαφήμιση των καταναλωτικών προϊόντων.

Η γυναίκα ως αγοραστής, ως δέκτης των καταναλωτικών μηνυμάτων αγωνίζεται να πλησιάσει το διαφημιζόμενο γυναικείο πρότυπο, αγωνίζεται να εξομοιωθεί με αυτό. Τείνει και προσπαθεί να ταυτίσει τι είναι της με το γυναικείο πρότυπο γιατί ο παραδοσιακός της ρόλος είναι να διατηρηθεί νέα και ωραία, διότι πλέον μόνο η σωματική της διάπλαση και όχι τα άλλα χαρακτηριστικά της καταξιώνουν την ύπαρξή της και την παρουσία της στον κοινωνικό χώρο.

Παίζει λοιπόν καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία του καταναλωτικού προτύπου ως καταναλώτρια η ίδια, προμηθευτής όχι μόνο των αγαθών που προορίζονται για αυτήν αλλά και για ολόκληρη την οικογένεια, αφού ο καταμερισμός των ευθυνών προσφέρει την ευθύνη του σπιτιού στην γυναίκα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να κάνουμε και μια αναφορά στην έρευνα των κυρίων Στάμου και Μαλέσκου (Η αναπαράσταση της γυναίκας στην τηλεόραση: Η περίπτωση των ελληνικών σήριαλ. Από την έρευνα αυτή καταλήγουμε στο συμπέρασμα, πως η ελληνική τηλεόραση προβάλλει μια ομοιογενή εικόνα της γυναίκας, τονίζοντας τα στοιχεία της εξωτερικής εμφάνισης και όχι τα ιδιαίτερα προσωπικά χαρακτηριστικά της. Ως γενικό συμπέρασμα θα λέγαμε, πως στην ελληνική τηλεόραση αναπαράγεται και συντηρείται το παραδοσιακό πατριαρχικό πρότυπο.

Τα Μέσα Ενημέρωσης, λειτουργούν με τρόπο που προβάλλουν τα οικονομικά και πολιτικά κοινωνικά κατεστημένα. Η γυναίκα δεν ξεφεύγει από τα όρια αυτά. Βάση αυτού λοιπόν ορίζεται και η συμπεριφορά, ή και ο τρόπος δράσης του γυναικείου μοντέλου. Το μοντέλο αυτό λειτουργεί στο περιθώριο των ενεργειών του ανδρικού μοντέλου. Για παράδειγμα : η καλή σύζυγος είναι εκείνη που φροντίζει τον σύζυγο και τα παιδεία της, δεν λειτουργεί ποτέ βάση των επιθυμιών της και θυσιάζει στα θέλω, μπροστά στην αρμονία της οικογένειας. Στην ουσία βρίσκεται ένα βήμα πίσω από τον άνδρα.

Στην δεύτερη περίπτωση έχουμε την φιλόδοξη γυναίκα που προσπαθεί να επιτύχει τους σκοπούς και τα θέλω της. Αυτό δεν είναι κάτι το κακό. η φιλοδοξία, είναι ένδειξη μαχητικότητας και αγωνιστικότητας. Το λάθος είναι ο τρόπος που προβάλλεται από τα Μέσα Ενημέρωσης και την τηλεόραση. Έτσι λοιπόν η φιλόδοξη γυναίκα, είναι συνώνυμο της ύπουλης καιροσκόπου, που πατά επί πτωμάτων προκειμένου να ικανοποιήσει τον εγωισμό της.

Από τα παραπάνω αμέσως αντιλαμβανόμαστε πως είναι πιο εύκολο να αναπαραχθεί ένα παραδοσιακό μοντέλο που θέλει την γυναίκα καλή σύζυγο, μητέρα, εργαζόμενη (που βρίσκεται στο ίδιο μισθολογικό επίπεδο με τον άνδρα) και καλή ερωμένη (για να διατηρείται ο γάμος και ο άνδρας ικανοποιημένος). Κάτι το διαφορετικό, δηλαδή το μοντέλο της γυναίκας που επιθυμεί την καριέρα, δεν προβάλλεται τόσο όσο η πρώτη κατηγορία και πάντα μαζί του σέρνει αρνητικά κατάλοιπα.

Φυσικά για να περάσει ένα μήνυμα πιο εύκολα αυτό που προβάλλεται είναι η εικόνα. Η εικόνα είναι που μαγνητίζει και καθηλώνει τον θεατή. Για τον λόγο αυτό προβάλλεται η νεότητα, η ομορφιά και το γυναικείο σώμα. Όσο αφορά τώρα τον κόσμο της διαφήμισης, το γυναικείο μοντέλο παραπέμπει σε σεξουαλικό αντικείμενο πόθου. Το ίδιο όμως δεν συμβαίνει για διαφημίσεις που αφορούν ανδρικά προϊόντα. Από την μία πλευρά έχουμε τις γυναίκες που παρουσιάζονται ως καταναλώτριες, φέροντας γνώμη για την αποτελεσματικότητα ή την χρήση κάποιου προϊόντος και από την άλλη πλευρά οι άνδρες είναι εκείνοι που παράγουν, είναι υπεύθυνοι ή ειδικοί για κάποιο προϊόν.

Την ισοτιμία των δύο φύλλων φαίνεται να μην θέλει να την αναγνωρίσει η αγορά αλλά και οι εταιρίες marketing που τοποθετούν το γυναικείο φύλο κάτω από την επιρροή του άνδρα. Το ίδιο δεν συμβαίνει με τις χώρες του εξωτερικού και τις Η.Π.Α. Το ζήτημα αυτό παρουσιάζεται ξεκάθαρα όταν μελετάμε τον επαγγελματικό χώρο που δραστηριοποιούνται τα δύο φύλα. Όπως είναι λογικό το επάγγελμα είναι στοιχείο που καθορίζει την ταυτότητα και την προσωπικότητα του ατόμου. Στην ελληνική τηλεόραση υπάρχει πέννας συγκεκριμένος τρόπος που παρουσιάζεται η εργαζόμενη γυναίκα. Το θέμα είναι κατά πόσο η παρουσίαση αυτή αντιστέκεται ή εναρμονίζεται με το ισχύον πατριαρχικό κατεστημένο. Τα Μ.Μ.Ε. αναπαράγουν το κατεστημένο αυτό, πράγμα που δεν ανταποκρίνεται στα σύγχρονα κοινωνικά δεδομένα.

Το θέμα αυτό δεν εντοπίζεται μόνο στον χώρο των διαφημίσεων, αλλά και στα σήριαλ και στις ταινίες (ελληνικής συνήθως παραγωγής). Τα αποτελέσματα έρευνας αυτής έδειξαν πως το 50% των γυναικών που παρουσιάζονται στις τηλεοπτικές σειρές, δεν έχουν κάποια επίσημη επαγγελματική δραστηριότητα, με την πλειονότητα αυτών να ασχολούνται με τα οικιακά. Μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό εξ αυτών απασχολούνται σε τομείς υψηλού κύρους, (γιατροί, επιχειρηματίες).

Ως εκ τούτου, αντιλαμβανόμαστε πως το επάγγελμα δεν αποτελεί προσδιοριστικό παράγοντα της ταυτότητας, διότι δίνεται έμφαση στην δράση των γυναικών που δεν εργάζονται. Αυτό που τονίζεται είναι η εξωτερική εμφάνιση, η ομορφιά και η νεότητα (ηλικίας κυρίως 30-40). Κάτι εντελώς αντίθετο με την σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα. Μεγάλο χάσμα

παρατηρείται επίσης στο στίγμα της προσωπικότητας των δύο γυναικείων επαγγελματικών μοντέλων.

Από την μία πλευρά έχουμε τις επαγγελματίες που εργάζονται σε θέσεις υψηλού γοήτρου, είναι δυναμικές, έξυπνες, με δεξιότητες στα μηχανήματα (οδήγηση, τεχνολογία), αλλά παρά τις επαγγελματικές τους κατακτήσεις, είναι ελεύθερες και ανεξάρτητες. Στον αντίποδα αυτής της κατηγορίας βρίσκονται οι νοικοκυρές ή οι άνεργες, που είναι παντρεμένες, χωρίς ή με ελάχιστες δεξιότητες και χαρακτηρίζονται από παθητικότητα και την υποταγή τους στους άνδρες.

Στην ελληνική τηλεόραση τονίζονται τα παραδοσιακά «κυρίαρχα» στοιχεία της γυναικείας προσωπικότητας όπως : ρομαντισμός, ευαισθησία, πόνος και δυστυχία, που θεωρούνται σύμφυτα της γυναικείας φύσης. Οι επαγγελματική επιτυχία υποδαυλίζεται, διότι δηλώνεται η απουσία προσωπικής ευτυχίας. Με τον τρόπο αυτό επιχειρείται μια εξίσωση των αντιτιθέμενων πλευρών. Ο παραδοσιακός τύπος γυναίκας, θεωρείται ευτυχισμένος (επιτυχία στον γάμο και την οικογένεια) ενώ η επαγγελματίας γυναίκα, ισορροπεί όταν παραμερίσει για λίγο την καριέρα της και δώσει βαρύτητα στο προσωπικό στοιχείο (εύρεση συντρόφου – δημιουργία οικογένειας).

Κατά ανάλογο τρόπο μεταχειρίζονται και οι διαφημιστικές εταιρίες το γυναικείο μοντέλο. Για παράδειγμα τα προϊόντα οικιακής χρήσεως τα διαφημίζουν γυναίκες, που παραπέμπουν σε νοικοκυρές. Είναι συνδεδεμένο το σπίτι με την έννοια της νοικοκυράς. Τα καλλυντικά προϊόντα διαφημίζονται από γυναίκες που τονίζεται η εξωτερική τους εμφάνιση και η νεότητά τους. Υποτίθεται ότι το προϊόν απευθύνεται σε μερίδα του γυναικείου πληθυσμού που θέλει να είναι αρεστή. Στην ουσία όμως προβάλλεται η σεξουαλικότητα και η σαγήνη. Το προϊόν δεν έχει καμία σχέση με την προσωπικότητα και την ιδιαίτερη ταυτότητα της γυναίκας. Αντίθετα η προσωπικότητα χειραγωγείται προς ένα μοντέλο που ανταποκρίνεται στην εικόνα που θέλουν να έχουν οι άνδρες για τις γυναίκες και απαξιώνεται κάθε στοιχείο της ταυτότητας της.

Όταν όμως πρόκειται να διαφημιστεί ένα προϊόν που αναφέρεται στην ανδρική αγοραστική κοινότητα, είναι απαραίτητο, η διαφήμιση να πλαισιώνεται από ένα όμορφο γυναικείο μοντέλο. Η ένδειξη αυτή ανταποκρίνεται στην άποψη, ότι ο άνδρας είναι «κυνηγός» και «κατακτητής». Η ύπαρξη του

γυναικείου μοντέλο είναι μια άλλη όψη της κατάκτησης και της επιτυχίας του άνδρα. Ίσως και της αναγνωσιμότητας που τυγχάνει ανάμεσα, χάριν αυτής της επίτευξης. Η γυναίκα σε αυτού του είδους τις διαφημίσεις, προβάλλει την σεξουαλικότητά της και είναι το αντικείμενο πόθου. Και πάλι όμως έρχεται δεύτερη μετά την προβολή του ανδρικού μοντέλου.

Ο τηλεθεατής ωστόσο δεν είναι απλά ένας παθητικός δέκτης, αλλά έχει ενεργητικό ρόλο στον τρόπο με τον οποίο θα αποκωδικοποιήσει την πληροφορία που λαμβάνει. Αυτό σημαίνει ότι καλείται να συμμεριστεί την εικόνα της γυναίκας που οικοδομείται στην ελληνική τηλεόραση. Ο τρόπος ανταπόκρισης σε αυτήν την εικόνα εξαρτάται από τις εμπειρίες και τις αντιλήψεις του ίδιου του δέκτη, αλλά και από το κατά πόσο η εικόνα της γυναίκας που προβάλλεται στην τηλεόραση είναι εγκαθιδρυμένη ή όχι. Όσο πιο «κοινή λογική» θεωρείται μια πληροφορία, τόσο πιο δύσκολο είναι να της αντισταθούμε ως δέκτες.

Τέλος η σημερινή γυναίκα είναι φιλάρεσκη αγαπά τον εαυτό της και το κυριότερο ενδιαφέρον της είναι η φροντίδα και η περιποίηση της εξωτερικής της εμφάνισης. Γι αυτό και καταναλώνει συνεχώς ή στρέφεται στα διαφημιζόμενα καταναλωτικά προϊόντα, γι αυτό προσπαθεί να διατηρηθεί νέα και ωραία, για το λόγο ότι θεωρεί πως η σωματική της διάπλαση αποτελεί μέτρο καταξίωσης της στον κοινωνικό χώρο. Είναι μια θεώρηση που καθίσταται σύμπλεγμα κατωτερότητας και προσπαθώντας να ξεφύγει από αυτό γίνεται επιρρεπής στον διαφημιστικό λόγο.

Επιπροσθέτως η γυναίκα γίνεται αντικείμενο εκμετάλλευσης για την αύξηση των κερδών μιας επιχείρησης. Η σύγχρονη διαφήμιση προσαρμοσμένη στις απαιτήσεις της εποχής μας δεν προβάλλει πρότυπα προϊόντων αλλά πρότυπα αξιών. Η γυναίκα λοιπόν αποκτά αξία, όταν χρησιμοποιεί κάποια συγκεκριμένη σειρά καλλυντικών, όταν πίνει ένα συγκεκριμένο ποτό και γενικότερα, όταν ταυτίζεται με το προϊόν.

3.3 ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΑΓΗΝΗ ΤΟΥ ΑΛΛΟΥ ΦΥΛΟΥ



Απ' την αρχαιότητα λοιπόν μέχρι και σήμερα η όμορφη εξωτερική εμφάνιση είναι επιδίωξη των ανθρώπων. Σήμερα άνδρες και γυναίκες δαπανούν ώρες αμέτρητες, αλλά και χρήματα, για να καλλωπιστούν. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο πως τα τελευταία χρόνια έχουν αυξηθεί τα κέντρα αδυνατίσματος, τα ινστιτούτα ομορφιάς και τα γυμναστήρια. Εξάλλου και η μόδα αποτελεί ένα πολύ σημαντικό τομέα στη ζωή, αλλά και της οικονομίας και μ' αυτήν ασχολούνται πολλά είδη επαγγελματιών, βιομηχανίες, σχολές και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Η εξωτερική εμφάνιση είναι το πρώτο και βασικό στοιχείο που παρατηρεί κανείς σε ένα άνθρωπο, γιατί απ' αυτήν δημιουργείται η πρώτη θετική ή αρνητική εντύπωση, μια καλή εμφάνιση έχει σχέση με τη καθημερινή καθαριότητα και περιποίηση του σώματος, των μαλλιών και της ενδυμασίας. Όλα αυτά επηρεάζουν την ψυχική κατάσταση του ανθρώπου, γιατί τον κάνει να νιώθει αυτοπεποίθηση και ευδιαθεσία. Αυτό δεν σημαίνει ότι για να αποκτήσει μια καλή εμφάνιση πρέπει να ξοδεύει πολλά χρήματα αγοράζοντας ακριβά ρούχα, χρησιμοποιώντας πολλά καλλυντικά, κάνοντας εξαντλητικές δίαιτες, γιατί στο τέλος μπορεί να έχει τα αντίθετα αποτελέσματα. Πολλές φορές τα καλλυντικά είναι επικίνδυνα και προκαλούν δερματίτιδες. Αλλά και η μεγάλη μανία για την απόκτηση λεπτού σώματος μπορεί να προκαλέσει νευρική ανορεξία. Πολλές φορές ακούγεται στις ειδήσεις ότι κορίτσια χάνουν

την ζωή τους από αυτήν την ασθένεια στην προσπάθεια τους να αδυνατίσουν, όπως επιβάλλει η μόδα.²⁷

Η λατρεία της σωματικής ομορφιάς, και ιδιαίτερα της γυναικείας, είναι τόσο παλιά όσο και η ανθρώπινη ύπαρξη. Η αναζήτησή της από το ανδρικό βλέμμα αλλά και η επιδίωξη των περισσότερων γυναικών να έχουν όμορφη εμφάνιση, είναι μια καθολική αντίληψη, πέραν από το χρόνο και τους διαφορετικούς πολιτισμούς: Η αγαλματένια κορμοστασιά, οι ιδεώδεις αναλογίες, τα λαμπερά μαλλιά είναι η πιο συνηθισμένη περιγραφή, που προκαλούσε πάντα θαυμαστικά επιφωνήματα. Η ωραία γυναίκα εξυμνήθηκε όπως η Αφροδίτη ή το Άσμα Ασμάτων αλλά και κατηγορήθηκε ότι οδηγεί έξω από τη λογική, στους σκοτεινούς δρόμους της επιθυμίας και της πονηρίας, όταν γίνεται αιτία πολέμων, όπως η Ελένη της Τροίας.

Επιστημονικές έρευνες άλλωστε καταδεικνύουν ότι η ομορφιά και περισσότερο η υπάρχουσα συμμετρία στα χαρακτηριστικά, είναι εκείνη που έλκει περισσότερο το άλλο φύλο. Πρόσφατες μελέτες υποστηρίζουν ότι οι άνθρωποι με συμμετρικά χαρακτηριστικά ευνοούνται στον σεξουαλικό τομέα.

Η εμμονή με τη συμμετρία εξηγείται ψυχολογικώς σχετικά εύκολα ως μία απλή αντανάκλαση, στη φαντασία των ανθρώπων, συμμετριών που προϋπάρχουν στη Φύση - από τα φύλλα των φυτών και τα κουκουάρια των δέντρων, μέχρι τις πεταλούδες και τους αστερίες. Χρησιμοποιώντας αυτό το ψυχολογικό υπόβαθρο διεξήχθη μια νέα μελέτη που αποκάλυψε ότι όσο μεγαλύτερη συμμετρία παρουσιάζει το σώμα ενός ατόμου, τόσο πιο ελκυστικό είναι το συγκεκριμένο άτομο για το αντίθετο φύλο.²⁸

Προηγούμενες μελέτες έχουν ήδη επιβεβαιώσει τις απόψεις των αρχαίων Ελλήνων που υποστήριζαν ότι η συμμετρία είναι ένα από τα σημαντικότερα κριτήρια της ανθρώπινης ομορφιάς. Με τον ίδιο τρόπο η νέα μελέτη απέδειξε ότι το ίδιο ισχύει και για την συμμετρία του σώματος, που μπορεί να είναι ένδειξη υγείας.

²⁷ Αναγνωστάκη Αναστασία, Η σχέση των καλλυντικών με τη σύγχρονη γυναίκα, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 14

²⁸ Η ομορφιά της συμμετρίας, όπως ανακτήθηκε από το <http://news.pathfinder.gr>

Παράδειγμα γυναίκας που χρησιμοποιούσε την ομορφιά και την αισθητική παράλληλα για να σαγηνεύσει το αντίθετο φύλο είναι σαφέστατα η Κλεοπάτρα. Η μυθική αυτή βασίλισσα της Αιγύπτου που έμεινε στην ιστορία για την ομορφιά της, αλλά και για τον τρόπο που την χρησιμοποιούσε για να αποκτήσει επιρροή στο άλλο φύλο.

Η δημοσιότητα που απολαμβάνουν οι σύγχρονες πανέμορφες σταρ του κινηματογράφου και τα φωτομοντέλα επιβεβαιώνουν ότι η γυναικεία ομορφιά ακόμα λατρεύεται. Η έλξη, η επιθυμία της γυναίκας να σαγηνεύσει επιστρατεύει ένα σωρό τεχνάσματα, γύρω από το ντύσιμο και το μακιγιάζ, που τονίζουν την ομορφιά των χαρακτηριστικών, διορθώνουν ακόμα και εξαφανίζουν τα άσχημα στοιχεία του σώματος και του προσώπου.

Σήμερα, η αναζήτηση της γυναικείας ομορφιάς, χωρίς να αποκλείονται και οι άνδρες, είναι μια υψηλή τέχνη και αντικείμενο εργασίας χιλιάδων ανθρώπων, συγκεντρώνει γύρω της πολλές επιστήμες, πρόθυμες να μεταμορφώσουν τις ατέλειες σε συμμετρίες, ελκυστικές στα βλέμματα των άλλων.

Παρά την ιστορικότητα και την διαχρονική αξία της ομορφιάς, φαίνεται ότι σήμερα οι γυναίκες ντρέπονται ή δυσκολεύονται να παραδεχθούν ότι επιθυμούν να δείχνουν όμορφες, αν και η κοινωνία, πολύ περισσότερο έχει επιβεβαιώσει παρά αδιαφορήσει μπροστά σ' ένα όμορφο πρόσωπο ή ένα τέλειο σε αναλογίες σώμα. Αυτή η συστολή απέναντι στην επιθυμία της ομορφιάς εκπορεύεται από κάποιες κοινωνικές και ιδεολογικές επιδράσεις και ιδιαίτερα του φεμινισμού, που υποστήριξαν ότι η ενασχόληση με την ομορφιά δείχνει γυναίκα που δεν εμπιστεύεται τον εαυτό της, εξαρτάται από την ανδρική επιθυμία, προσπαθεί να επιβληθεί με τρόπους επιπόλαιους και επιφανειακούς και τελικά δείχνει να είναι μια ναρκισσιστική και ματαιόδοξη προσωπικότητα. Ντρέπονται λοιπόν οι γυναίκες να παραδεχθούν ότι θέλουν να είναι όμορφες, ότι καταφεύγουν ή θα ήθελαν να καταφύγουν στην επιστήμη για να διορθώσει κάποια ατέλεια στο πρόσωπο ή το σώμα τους, νιώθουν υπόλογες για αυτή την επιθυμία, κάτω από το βάρος της επίθεσης και τις διαμαρτυρίες των γυναικείων κινημάτων, που συνθέτουν μια ευθεία

αναμέτρηση με τη λογική και την συνολική αξία της γυναίκας και όχι της μορφής της.²⁹

Η ομορφιά προκαλεί τον θαυμασμό όλων αλλά πολύ περισσότερο έλκει και γοητεύει το άλλο φύλο. Σύμφωνα με τις θεωρίες της εξέλιξης, ο εγκέφαλος μπαίνει σε συναγερμό για να επιλέξει ό,τι είναι καλύτερο για την επιβίωση και την εξέλιξη του ανθρώπου. Έτσι η προτίμηση της γλυκιάς γεύσης αντί της πικρής ή μιας ευχάριστης μυρωδιάς αντί μιας αποκρουστικής είναι μια εγκεφαλική διαδικασία επιλογής, επειδή το πικρό στη γεύση και το δυσάρεστο στην όσφρηση είναι συνήθως βλαβερές ουσίες για τον οργανισμό, όπως και η επιλογή της ομορφιάς είναι επίσης καλύτερη για την αναπαραγωγή του είδους. Σύμφωνα, λοιπόν, με τα πορίσματα της νευροφυσιολογίας, το ωραίο ή το άσχημο είναι μια εγκεφαλική σύνθεση χρωμάτων και σχημάτων, με εξελικτικούς για το ανθρώπινο είδος στόχους. Σε όλους του λαούς, οι προτιμήσεις ήταν πάντα το ωραίο, το εύηχο, το αρμονικό στις αισθήσεις. Στη διαδρομή της ανθρώπινης εξέλιξης, αναφορικά με τη σωματική ομορφιά, η σύνθεση έγινε πιο πολύπλοκη και οδήγησε σε κάποια οικουμενικά για την ομορφιά κριτήρια, όπως είναι οι αρμονικές αναλογίες του σώματος, το σχήμα του προσώπου, η φρεσκάδα και το χρώμα του δέρματος, τα μεγάλα μάτια ή τα σαρκώδη χείλη. Τα στοιχεία αυτά είναι ευχάριστα στα μάτια, δηλαδή έχουν επιλεγεί ως σημάδια υγείας και νεότητας, ικανά για αναπαραγωγή. Όμως, παρ' όλο ότι υπάρχει ένας βασικός πυρήνας κριτηρίων, διαμορφωμένων σταθερά μέσα στο χρόνο και αποτελούν ένα κλασσικό μέτρο για όλους τους ανθρώπους, πολλές από τις προτιμήσεις είναι υποκειμενικές και αφορούν τα χρώματα του δέρματος, τα μαλλιά, τις διαστάσεις, το βάρος κλπ. Κι αυτή η υποκειμενικότητα είναι οικονομία της φύσης, όλοι να μπορούν να βρουν το ταίρι τους.

Όποια και να είναι η επιστημονική εξήγηση, είναι γνωστό ότι το ωραίο, η ομορφιά, απ' όπου κι αν προέρχεται, δεν αφήνει κανένα ασυγκίνητο. Ένα όμορφο τοπίο, γεμάτο χρώματα, ένας πίνακας ζωγραφικής, ένα έργο τέχνης ή

²⁹ Αναγνωστάκη Αναστασία, Η σχέση των καλλυντικών με τη σύγχρονη γυναίκα, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 16

αρχιτεκτονική ή η διακόσμηση ενός σπιτιού, απελευθερώνουν συναισθήματα χαράς και ευχαρίστησης, δημιουργούν ηρεμία ή κεντρίζουν την δημιουργικότητα. Όμως, η θέα μιας όμορφης γυναίκας ή ενός ωραίου άνδρα είναι κάτι περισσότερο από συναισθηματική και αισθητική ικανοποίηση. Η ωραία εμφάνιση είναι αποτέλεσμα της συμμετρίας των σωματικών αναλογιών, έτσι όπως καλλιεργήθηκε στο πέρασμα του χρόνου.

Ο ρόλος της γυναίκας στην κοινωνία όμως έχει αλλάξει ριζικά τις τελευταίες δεκαετίες. Η γυναίκα είναι πλέον μια πολυσχιδής προσωπικότητα, ικανή να ανταποκριθεί στις νέες βιοτικές ανάγκες και στο καινούριο καθεστώς κοινωνικής καταξίωσης και είναι επωμισμένη με πολλούς ρόλους: σύζυγος, μητέρα, ερωμένη, καταξιωμένη επαγγελματίας. Η πολυδιάστατη δραστηριότητα της σημερινής γυναίκας όμως τη βάζει κατευθείαν στο μικροσκόπιο του κοινωνικού περίγυρου. Έρχονται τώρα να προστεθούν και τα νέα πρότυπα ομορφιάς που θέλουν τη γυναίκα αδύνατη, γυμνασμένη, περιποιημένη, στοιχεία που απαιτούν χρόνο, κόπο και ψυχική διάθεση. Μία ή περισσότερες από τις παραπάνω προϋποθέσεις συχνά λείπουν και η γυναίκα αισθάνεται επιπλέον άγχος και ενοχή που δεν μπορεί να ανταποκριθεί στην εικόνα της επιτυχημένης όπως επιβάλλει με τον έναν ή τον άλλο τρόπο η κοινωνία της υψηλής τεχνολογίας του 21ου αιώνα.³⁰

³⁰ Αναγνωστάκη Αναστασία, Η σχέση των καλλυντικών με τη σύγχρονη γυναίκα, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 17-18

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ



Οι δύο Κατευθύνσεις της Αισθητικής

Η Αισθητική ξεκινά από την εξωτερική βελτίωση και ομορφιά του ανθρώπου που μπορεί να φαντάζει ως ένα επιφανειακό επίπεδο και μπορεί να φτάσει σε βάθος και να επηρεάσει ολόκληρη τη ζωή του φροντίζοντας για την συνολική εξύψωση του ανθρώπου. Αποτελεί δηλαδή ένα μεγάλης σημασίας λειτούργημα τόσο για την ατομική όσο και για την κοινωνική ευζωία. Το διαφορετικό βάθος την φροντίδας καταδεικνύεται και από τις δύο γενικές κατευθύνσεις της Αισθητικής, δηλαδή την κλασική και την συνολική:

Κλασική Αισθητική

Είναι η παραδοσιακή κατεύθυνση της Αισθητικής, που γνωρίζουμε όλοι, και που φροντίζει το πρόσωπο και τα χέρια με τις κλασικές μεθόδους (καθαρισμός, μασάζ, νερά-ατμοί, μάσκες, μινεράλ κ.α.) και η οποία θα εξακολουθήσει να είναι και στο μέλλον στο επίκεντρο της καθημερινής

φροντίδας του ανθρώπου. Η κλασική κατεύθυνση μπορεί να επεκταθεί σε έκταση, εννοώντας με αυτό σε όλο το σώμα, γεγονός που δεν πρέπει να συγχέεται με την συνολική Αισθητική, και μπορεί να περιλαμβάνει και περιοχές που θεωρούνται ότι χρήζουν περισσότερο ιατρικής φροντίδας (π.χ. φροντίδα ποδιών), είτε μπορεί να διευρυνθεί προς την κατεύθυνση της συνολικής Αισθητικής.

Συνολική Αισθητική

Δεν πρόκειται για μια ειδίκευση της Αισθητικής ή για μία απλή Αισθητική όλου του σώματος, όπως συχνά νομίζει ο κόσμος, αλλά για μία διευρυμένη κατεύθυνση της Αισθητικής, ούτε απλώς μια, που φροντίζει σε βάθος ολόκληρο τον άνθρωπο σε όλα τα επίπεδα, από έξω και από μέσα, χρησιμοποιώντας πάντα ήπια φυσικά μέσα. Η ανάγκη για πιο συνολική φροντίδα προκύπτει από το γεγονός ότι ο άνθρωπος είναι ένα ενιαίο σύνολο, επομένως οι διαταραχές στο δέρμα τροφοδοτούνται από πολλές πλευρές, από μέσα και από έξω. Αυτό σημαίνει ότι η κλασική φροντίδα του δέρματος δεν επαρκεί, αλλά χρειάζεται και πιο συνολική φροντίδα και στο βαθύτερο σώμα, την ψυχή και το πνεύμα. Στη πιο διευρυμένη Αισθητική εφαρμόζονται και συνολικές φροντίδες, όπως φυσικά αρώματα (αιθέρια έλαια), χρώματα, μουσική και χορός. Επίσης βιωματικές θεραπείες όπως π.χ. γιόγκα και άλλες ανατολικές τεχνικές, καθώς και οι δυτικές παραλλαγές τους συνήθως σε συνδυασμό με ενεργειακά και βιωματικά μασάζ, ενώ μεγάλο ρόλο παίζει επίσης η σωστή διατροφή και η πνευματική εξέλιξη. Αυτές οι μέθοδοι λειτουργούν κυρίως στη πηγή των διαταραχών, δηλαδή στην ψυχή και το πνεύμα, ενώ εξυψώνουν τον άνθρωπο με φυσικό τρόπο, φροντίζουν δηλαδή τον άνθρωπο σε όλο το βάθος του. Η διευρυμένη Αισθητική απαιτεί σαν απαραίτητη προϋπόθεση τις γνώσεις της κλασικής Αισθητικής, επιπρόσθετα όμως ενεργειακές και βιωματικές γνώσεις, αλλά κυρίως μια πιο διευρυμένη αντίληψη.³¹

³¹ Γούμπερη Μαρία- Τολίκα Δέσποινα, Ψυχολογία και αισθητική, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σσ. 19-20

4.1.1. ΑΠΟΤΡΙΧΩΣΗ



Με τον όρο αποτρίχωση χαρακτηρίζεται η απομάκρυνση ανεπιθύμητων τριχών από το δέρμα. Αποτελεί ιδανική λύση για την αντιμετώπιση της εμφάνισης των τριχών που οφείλεται σε ορμονικές διαταραχές ή σε άλλες παθολογικές καταστάσεις που τείνουν να επιταχύνουν το κύκλο ανάπτυξης των τριχών σε περιοχές του σώματος όπου δεν χαρακτηρίζεται φυσιολογική εμφάνιση. Ανάλογα με το χρόνο επανέκφυσης των τριχών η αποτρίχωση διακρίνεται σε αποτρίχωση μικρής χρονικής διάρκειας, η οποία γίνεται με δύο τρόπους, μηχανικά και χημικά και η προσωρινή αποτρίχωση μεγάλης χρονικής διάρκειας η οποία γίνεται με τη χρήση μεταλλικής λαβίδας, ηλεκτρικών μηχανημάτων απόσπασης των τριχών και συγκολλητικών ουσιών.

Με τη βοήθεια της σύγχρονης τεχνολογίας η δυνατότητα αποτρίχωσης μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση λέιζερ και έντονου παλμικού φωτός. Ως μέθοδος μόνιμης απομάκρυνσης τριχών αναφέρονται οι σύγχρονες συσκευές ηλεκτρικής αποτρίχωσης, οι οποίες λειτουργούν με τη μέθοδο της θερμόλυσης χρησιμοποιώντας ρεύματα υψηλής συχνότητας.³²

Γενικά πληροφορίες για την τρίχα

³² Ζαχαριουδάκη Μαρία – Άννα – Μαργέτα Χριστίνα, Η επίδραση των κατασκευαστικών στοιχείων ενός ινστιτούτου ομορφιάς στα συναισθήματα των πελατών, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008

Η ελαστικότητα της τρίχας εξαρτάται από το αν είναι στεγνή ή βρεγμένη. Όταν είναι στεγνή έχει ελαστικότητα 20-30%, ενώ όταν είναι βρεγμένη 100% και επίσης όταν είναι στον ατμό η ελαστικότητα της αυξάνεται κατακόρυφα στο 300%. Είναι ανθεκτική, υδρόφιλος και αντέχει στις καιρικές μεταβολές. Μεγαλώνει 10-20 εκατοστά το χρόνο και η φυσιολογική πτώση των μαλλιών είναι 30-60 τρίχες την ημέρα.³³

Τρίχες υπάρχουν σχεδόν σε όλα τα μέρη του σώματος, εκτός από τις παλάμες, τα πέλματα, τη ονυχοφόρο φάλαγγα και κάποια σημεία των γεννητικών οργάνων. Τις χωρίζουμε σε δύο κατηγορίες: παχιές και χνούδις (χνούδι). Ο αριθμός των τριχών του τριχωτού της κεφαλής κατά μέσον όρο για μεν τους ξανθούς είναι 140 χιλιάδες, για μεν τους μελαχρινούς 100 χιλιάδες. Ο ρυθμός αύξησης διαφέρει και εξαρτάται από το είδος των τριχών και την εποχή (το καλοκαίρι οι τρίχες αυξάνονται γρήγορα) και φυσικά σε αυτό ρόλο παίζει και το σημείο του σώματος που βρίσκονται, για παράδειγμα οι τρίχες του τριχωτού της κεφαλής έχουν σταθερό ρυθμό αύξησης 1- 2 εκ. κάθε μήνα, ενώ εξακολουθούν και μετά το θάνατό τους εξακολουθούν να μεγαλώνουν για κάποιο μικρό χρονικό διάστημα.

Ανανέωση της τρίχας

Φυσικά και υπάρχει ανανέωση της τρίχας, η οποία εκτός ορισμένων περιπτώσεων, είναι διαρκής. Έτσι το χνούδι και οι βλεφαρίδες ανανεώνονται εντός ολίγων μηνών, ενώ το τριχωτό της κεφαλής κάθε 2,5 – 5 χρόνια. Τα μαλλιά μπορούν να φτάσουν σε μήκος μέχρι και τα 2.5 μέτρα, ενώ η διάμετρος μέχρι 0,32 χιλιοστά.

Χροιά των τριχών

Η χροιά (χρώμα) των τριχών εξαρτάται από τους εξής παράγοντες:

- α) από κοκκία χρωστικής που υπάρχουν στη φλοιώδη στιβάδα (της τρίχας)
- β) από διάχυτο χροιά του πρωτοπλάσματος των κυττάρων.
- γ) από την ύπαρξη αέρος ή όχι μεταξύ των κυττάρων της τρίχας.

³³ Καυκιά Ιωάννα, Αποτρίχωση, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>

Αναλόγως λοιπόν τον συνδυασμό των παραγόντων αυτών δημιουργείται διαφορετική χροιά των τριχών - χροιά: ξανθή, ανοιχτή καστανή, βαθιά καστανή, μαύρη, κόκκινη, λευκή.³⁴

Σπουδαίο ρόλο στη διαμόρφωση του χρώματος των μαλλιών παίζει το νευρικό σύστημα και ιδιαίτερα το φυτικό νευρικό σύστημα (λεύκανση των τριχών από έντονη συγκίνηση), όπως λέγεται ότι συνέβη μέσα σε μια νύχτα στη Μαρία Αντουανέτα όταν της ανακοίνωσαν τη θανατική της καταδίκη.

Αναλόγως της μορφής του τριχώματος, διαιρούμε τους ανθρώπους σε:

1. ουλότριχας (σγουρή τρίχα, μαύρη φυλή)
2. κυματότριχας (σπαστή τρίχα, λευκή φυλή)
3. λειότριχας (ίσια τρίχα, πολύ ξανθή φυλή)

Το τρίχωμα χρησίμευε κάποτε στους ανθρώπους για να τους προφυλάσσει από τις μεταβολές του καιρού και ιδιαίτερα από το κρύο. Για τον ίδιο λόγο άλλωστε υπάρχει στα ζώα. Από τότε όμως που ο άνθρωπος χρησιμοποιεί ενδύματα έχασε την σκοπιμότητα της και άρχισε να ατροφεί.. Σε ορισμένα μέρη εξακολουθεί να υπάρχει και σε άλλα αναπτύσσεται μετά την εφηβεία, διότι στη διαμόρφωση του τελικού τριχώματος παίζουν ρόλο και οι ενδοκρινείς αδένες (γεννητικές ορμόνες). Έτσι, αναπτύσσονται τα γένια, το τρίχωμα του κορμιού στους άνδρες, το τρίχωμα του εφηβαίου και των μασχαλών και στα δύο φύλλα. Εκτός από τις γεννητικές ορμόνες και άλλες ορμόνες επιδρούν επί του τριχώματος, όπως η κορτιζόνη, που προκαλεί υπερτρίχωση, καθώς και η λήψη διαφόρων ορμονών για να μπορέσει η γυναίκα να τεκνοποιήσει. Επίσης και κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης, η λήψη των ορμονών για να μην αποβάλλει το έμβρυο. Αυτές οι καταστάσεις μπορούν να επιφέρουν δασυτριχισμό.

Ριζική Αποτρίχωση

Η αισθητικός που εφαρμόζει την ηλεκτρική αποτρίχωση πρέπει εξ αρχής να καταλάβει ότι αναλαμβάνει μια σοβαρή και υπεύθυνη προσπάθεια που απαιτεί όχι μόνο ορισμένες βασικές γνώσεις, αλλά και ιδιαίτερη δεξιοτεχνία καθώς και λεπτότητα χειρισμών. Κατ' αρχήν θα πρέπει να εξηγήσει στη πελάτισσά της ότι λίγες ή πολλές περιττές τρίχες που την

³⁴ Καυκιά Ιωάννα, Αποτρίχωση, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>

απασχολούν δεν πρέπει κατ' ανάγκη να οφείλονται σε ορμονική ή άλλη οργανική ανωμαλία, αλλά μπορεί να είναι ιδιοσυστατικής αιτιολογίας, δηλαδή, να οφείλεται σε μια κληρονομική ή άλλη προδιάθεση και ότι η ύπαρξη περιπτών τριχών ή η αφαίρεσή τους δεν πρόκειται να τους δημιουργήσει άλλο πρόβλημα στον οργανισμό.³⁵

Το πρόβλημα της αυξημένης τριχοφυΐας, από τη στιγμή που θα εμφανιστεί, θα είναι καθαρά θέμα αισθητικής εμφανίσεως. Βέβαια, αν υπάρχει κάποια ορμονική ανωμαλία πρέπει οπωσδήποτε να αντιμετωπιστεί η αιτία συγχρόνως με την αγωγή, για να καταπολεμήσει τα αίτια που προκαλούν την αυξημένη τριχοφυΐα η αισθητικός θα καταπολεμήσει το σύμπτωμα (τριχοφυΐα) με τις φροντίδες της.

Αποτρίχωση του σώματος και τρόποι

Αποτρίχωση ή αποψίλωση ονομάζεται η τεχνική με την οποία αφαιρούνται οι τρίχες είτε τοπικές είτε γενικότερα. Οι γνωστοί μέθοδοι είναι οι εξής:

1. διάφορες κρέμες ντεπιλατούρ (αποτριχωτικές)
2. ελαφρόπετρα
3. ξύρισμα
4. κρύο κερί
5. ζεστό κερί
6. χαλάουα
7. ζεστή χαλάουα
8. μέλι
9. αιθέρια έλαια
10. ηλεκτρική ή ριζική αποτρίχωση
11. διάφορα αποχρωστικά της τρίχας που δεν αφαιρούν την τρίχα απλά την αποχρωματίζουν.³⁶

Οι παραπάνω μέθοδοι είναι ή μικρής διάρκειας ή μεγάλης χρονικής διάρκειας.

³⁵ Καυκιά Ιωάννα, Αποτρίχωση, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>

³⁶ Καυκιά Ιωάννα, Αποτρίχωση, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>

4.1.2. ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑ



Στις μέρες μας υπάρχουν πολλά σκευάσματα, τα οποία υπόσχονται γρήγορα αδυνάτισμα και ένα όμορφο και σαγηνευτικό σώμα. Μπορεί να τα βρει ο καθένας εύκολα, είτε στο φαρμακείο της γειτονιάς του, είτε ακόμη και σε ένα πολυκατάστημα. Επειδή όμως αυτά λίγο έχουν να κάνουν με τις υπηρεσίες που παρέχονται από έναν επαγγελματία αισθητικό, επιλέγουμε να μην επεκταθούμε στην χρήση τους και στα αποτελέσματα που αυτά υπόσχονται, όπως και στους κινδύνους που μπορεί να κρύβει η λήψη τους.

Ως βασικό πλεονέκτημα των χαπιών αδυνατίσματος προβάλλεται το μικρό χρονικό διάστημα που χρειάζεται για την επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος, που είναι η απώλεια βάρους και πιθανόν του τοπικού πάχους, ανάλογα πάντα με το χάπι που λαμβάνεται. Τα χάπια προβάλλονται ως ένας εύκολος και γρήγορος τρόπος απώλειας βάρους τη στιγμή που οι περισσότερες δίαιτες απαιτούν κόπο και χρόνο. Εκείνο, ωστόσο, που δεν είναι ίσως γνωστό στο ευρύ κοινό, είναι πως μια «γρήγορη δίαιτα» δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να είναι και υγιεινή, καθώς είναι βέβαιο πως επιταχύνει φυσιολογικές λειτουργίες του οργανισμού. Η απότομη και γρήγορη απώλεια

βάρους μπορεί να αποβεί πολλές φορές ολέθρια, καθώς είναι σε βάρος του συνολικού οργανισμού και της υγείας του ατόμου.³⁷

Η περιποίηση του σώματος σε ένα κέντρο αισθητικής αφορά στην εφαρμογή τεχνικών και μεθόδων, οι οποίες διατηρούν την εμφάνιση του δέρματος και την βελτιώνουν ή καταπολεμούν τυχόν «παθολογικές καταστάσεις» σε προβληματικές περιοχές του σώματος. Οι περιποιήσεις αυτές κυρίως έχουν σχέση με τη μάλαξη, η οποία διαφοροποιείται ως προς το είδος, τις τεχνικές και τους τύπους της. Ανάλογα με τον στόχο που θέλουμε να πετύχουμε η μάλαξη κατατάσσεται σε τέσσερις κατηγορίες: ηρεμιστική, απισχναντική, κυτταρίτιδας και λεμφική.³⁸

Οι τεχνικές μάλαξης χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, τη τεχνική της κλασικής ή μοντέρνας μάλαξης και τη τεχνική της μάλαξης των δακτυλικών πιέσεων. Όσο αφορά τους τύπους της, βασίζονται στη σουηδική, στο shiatsu, στο αντανακλαστικό μασάζ, στο μασάζ διαίσθησης κ. ά.³⁹

Ακόμη υπάρχουν μέθοδοι θεραπείας της παχυσαρκίας, όπως και βελτίωσης της εμφάνισης της κυτταρίτιδας, οι οποίες επιτυγχάνονται με τη βοήθεια καλλυντικών παρασκευασμάτων, τα οποία έχουν ιδιότητες διεγερτικές, θερμαντικές, εφιδρωτικές και απισχναντικές. Χρησιμοποιούνται κυρίως μέσα εφίδρωσης, όπως σάουνα, θερμαινόμενες κουβέρτες και παραφινόλουτρο, όπως και γίνεται χρήση ηλεκτρικών.

Υπάρχουν πολλές θεραπείες αδυνατίσματος που μπορεί μία γυναίκα να απολαύσει σε ένα ινστιτούτο αισθητικής. Θα παρουσιάσουμε στην ενότητα αυτήν τις τρεις δημοφιλέστερες θεραπείες που εναντιώνονται στην έννοια του λίπους και του τοπικού πάχους.

³⁷ Χάπια αδυνατίσματος: Μόνο από τον ιατρό σας, όπως ανακτήθηκε από το <http://health.in.gr>

³⁸ Ζαχαριουδάκη Μαρία – Άννα – Μαργέτα Χριστίνα, Η επίδραση των κατασκευαστικών στοιχείων ενός ινστιτούτου ομορφιάς στα συναισθήματα των πελατών, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008

³⁹ Ζαχαριουδάκη Μαρία – Άννα – Μαργέτα Χριστίνα, Η επίδραση των κατασκευαστικών στοιχείων ενός ινστιτούτου ομορφιάς στα συναισθήματα των πελατών, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008

BODY WRAP: Η θεραπεία BODY WRAP μάχεται ενάντια στο τοπικό, ολικό πάχος και την κυτταρίτιδα. Σύμφωνα με τους εμπνευστές της συγκεκριμένης θεραπείας οι λέξεις/εκφράσεις τοπικό, ολικό πάχος ή κυτταρίτιδα δε θα πρέπει να υπάρχουν στο γυναικείο λεξιλόγιο και να μην χρησιμοποιούνται από γυναίκα με αυτοπεποίθηση που σκέφτεται και σέβεται τον εαυτό της. Η Body Wrap είναι μία επαναστατική θεραπεία στο χώρο της αισθητικής, αλλά αποτελεί και έναν πολύτιμο φίλο και σύμμαχο των γυναικών ενάντια στο τοπικό ή ολικό πάχος και την κυτταρίτιδα, που είναι και οι χειρότεροι εχθροί του γυναικείου σώματος. Πρόκειται για μία θεραπεία που βασίζεται στην εφαρμογή των διαφόρων κρεμών χωρίς ιδιαίτερη τριβή και μασάζ αφού η κρέμα από μόνη της προκαλεί μια δυνατή υπεραιμία.. Μετά την εφαρμογή ακολουθεί καλό τύλιγμα του σώματος, που βοηθάει την κρέμα να ενεργήσει σε βάθος. Προσδίδει άμεσα αποτελέσματα και βοηθά την πελάτισσά να ξαναβρεί την χαμένη της αυτοπεποίθηση και το σεβασμό προς το σώμα της.⁴⁰

ΣΟΚΟΛΑΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ: Η σοκολατοθεραπεία στην ουσία είναι μασάζ με βάση τη φυσική σοκολάτα. Περιέχει λάδι σοκολάτας, βούτυρο κακάο, αιθέρια έλαια, πολυφαινόλες, βιταμίνες, αντιοξειδωτικά, λιποσώματα, λεκιθίνη, λάδι jojoba, όπως και εκχυλίσματα πράσινου τσαγιού και κισσού. Βοηθάει στο αδυνάτισμα και στην μείωση των γραμμών, κάνει την επιδερμίδα πιο απαλή και οδηγεί στην χαλάρωση εξαλείφοντας κάθε ίχνος στρες. Η διαδικασία είναι απλή: Μετά από ένα χαλαρωτικό ντους, γίνεται βαθύς καθαρισμός με peeling από Ταυλάνδη. Κατόπιν ο πελάτης ξεπλένεται και καλύπτεται σε ολόκληρο το σώμα με ένα μείγμα σοκολάτας και εισέρχεται στο χαμάμ, αν και το τελευταίο δεν είναι πάντα μέρος της διαδικασίας. Η αίσθηση που δημιουργείται είναι μοναδική. Ακολουθεί ντους μόνο με σκέτο νερό για να απομακρυνθούν τα υπολείμματα σοκολάτας από την επιδερμίδα και η συνεδρία ολοκληρώνεται με την επάλειψη ενυδατικής κρέμας σε όλο το σώμα.⁴¹

⁴⁰ Επαναστατική θεραπεία Αδυνατίσματος Body Wrap, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.aesthetics.gr>

⁴¹ Σοκολατοθεραπεία, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.olotropiki.gr>

Η σοκολατοθεραπεία αποτελεί μία απαραίτητη πηγή ομορφιάς και ευεξίας και είναι ιδανική κατά της κυτταρίτιδας. Θα μπορούσε κάποιος να το φανταστεί σαν μία παχύρρευστη, ζεστή και νόστιμη επικάλυψη που νοιάζεται για τη σιλουέτα σας, χαϊδεύει το κορμί σας και ξυπνάει τις αισθήσεις σας, ενώ σας παρέχει αισθήσεις αγνής απόλαυσης. Το κακάο διεγείρει την παραγωγή και έκκριση ενδορφινών. Σε καθορισμένες συγκεντρώσεις, αυτές οι ουσίες είναι ικανές να ενεργοποιήσουν τη φυσική διαδικασία εξάλειψης του λίπους. Επίσης, οι ενδορφίνες λέγονται και μόρια ευτυχίας διότι ενεργοποιούν αισθήματα όπως αυτά που νιώθουμε όταν είμαστε ερωτευμένοι, διεγείρουν τις αισθήσεις κι απελευθερώνουν την ένταση⁴²

ΜΑΛΑΞΗ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ – ΚΥΤΤΑΡΙΤΙΔΑΣ: Ο οργανισμός έχει ανάγκη από συγκεκριμένες ποσότητες λίπους, τις οποίες και χρησιμοποιεί για διάφορες λειτουργίες, όπως τη σύνθεση των κυτταρικών τοιχωμάτων, την παραγωγή ορμονών και την προστασία των οργάνων. Για έχει ο οργανισμός την δυνατότητα να χρησιμοποιεί τα λίπη όποτε τα χρειάζεται τα αποθηκεύει σε ειδικές αποθήκες: τα λιποκύτταρα.

Σε περιπτώσεις παχυσαρκίας όμως, ο οργανισμός αναγκάζεται να αποθηκεύσει το περιττό λίπος στα λιποκύτταρα, τα οποία είναι σε θέση να διογκωθούν σε μεγάλο βαθμό. Όταν παχαίνουμε δεν αποκτάμε περισσότερα λιποκύτταρα, αλλά αυτά που ήδη έχουμε απλά διογκώνονται. Τα κύτταρα αυτά διογκώνονται, τεντώνονται και πιέζουν τούς τριγύρω ιστούς, οδηγώντας στην συμφόρηση της κυκλοφορίας τόσο του αίματος όσο και της λέμφου.

Η χειρομάλαξη αδυνατίσματος - κυτταρίτιδας είναι μια σημαντική παρέμβαση για τον οργανισμό και ταυτόχρονα μία πολύ σημαντική ενέργεια , γιατί βοηθά στο να "σπάσει" το συγκεκριμένο παγιωμένο παθολογικό μοντέλο, ιδιαίτερα όταν γίνεται σε συνδυασμό με σωστή άσκηση και διατροφή.⁴³

⁴² Σοκολατοθεραπεία, όπως ανακτήθηκε από το <http://expertgr.com>

⁴³ Πετρίδου Χριστίνα, Η μάλαξη στην αισθητική, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη 2008, σσ. 23-24

4.1.3. ΜΑΚΙΓΙΑΖ



Το μακιγιάζ συγκέντρωνε πάντα το ενδιαφέρον όλων των λαών του κόσμου. Το χρησιμοποιούσαν άνδρες και γυναίκες στην αρχαία Αίγυπτο, γυναίκες στην αρχαία Ελλάδα, ιθαγενείς Νάβαχο της Αμερικής, γηγενείς λαοί της Αφρικής κτλ. Τα καλλυντικά είχαν ανέκαθεν μία θεμελιώδη τελετουργική σημασία και συνδέονταν με τις παραδόσεις, την οικονομική θέση και το οικονομικό υπόβαθρο. Τελετουργία ήταν για παράδειγμα η τοποθέτηση του γαλάζιου χρώματος στα χείλη κατά την προετοιμασία των αγρίων πριν από την μάχη, τελετουργία ήταν επίσης και οι ιριδίζουσες σκιές που άπλωναν στα μάτια τους οι μοντέρνες γυναίκες στο Λονδίνο κατά τη δεκαετία του '60.⁴⁴

Στην εποχή μας η χρήση του μακιγιάζ αφορά λιγότερο την παράδοση και είναι περισσότερο θέμα προσωπικής έκφρασης. Μας επιτρέπει να καλύψουμε τις ενοχλητικές ατέλειες και ζωντανεύει το θαμπό δέρμα, τονίζει τις βλεφαρίδες κάνοντας τις αισθησιακές δίνοντας μας μία δραματική έκφραση.

Βέβαια το μακιγιάζ και η ιδέα κάλυψης οποιασδήποτε ατέλειας θα μπορούσε να αποβεί και παγίδα, καθώς είναι πολύ εύκολο να πιστέψουμε ότι αγοράζουμε την ομορφιά σε μπουκαλάκια και σωληνάκια, αλλά η αλήθεια είναι ότι η ομορφιά δεν επιτυγχάνεται με λίγη μάσκα και ρουζ. Το πρόσωπο μας μπορεί να μεταμορφωθεί πολύ πιο δραστικά από την αυτοπεποίθηση και τον ενθουσιασμό από ότι με ένα ολόκληρο ντουλάπι με σύνεργα του μακιγιάζ. Για αυτό και μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μία δόση κραγιόν ή λίγο ρουζ για να βελτιώσουμε την ψυχολογία μας και να τονώσουμε την αυτοπεποίθηση μας. Το μακιγιάζ δεν κάνει θαύματα. Γίνεται όμως το μέσο να αλλάξει η διάθεση μας και να τονωθεί η αυτοεκτίμηση μας. Μέσω αυτού γινόμαστε πιο όμορφες και όταν γινόμαστε πιο όμορφες νιώθουμε και καλύτερα.

Το μακιγιάζ καταλαμβάνει τη πρώτη θέση των αισθητικών περιποιήσεων που βοηθούν στην ψυχολογία, αφού περίπου το 100% των γυναικών όλων των ηλικιών δήλωσαν ότι το μακιγιάζ τους ανεβάζει την αυτοπεποίθηση. Το μακιγιάζ, προσφέρει βελτιωμένη εμφάνιση, ανεβάζοντας την αυτοπεποίθηση της σύγχρονης γυναίκας. Το σωστό μακιγιάζ επιτρέπει το

⁴⁴ Barnadine Bibiano, make – up, οδηγίες για φανταστικές εμφανίσεις, Μαλλιάρης παιδεία, σ.9

τονισμό και την ανάδειξη των χαρακτηριστικών του προσώπου, με ξεχωριστό τρόπο, δίνοντας περισσότερη λάμψη και γοητεία.⁴⁵

Κάθε γυναίκα που σέβεται τον εαυτό της πρέπει να γνωρίζει να πως να τον περιποιείται. Οι σωστές βάσεις για την σωστή καθημερινή φροντίδα τόσο του προσώπου όσο και του σώματος μπαίνουν σε μικρή ηλικία 13 - 14 ετών. Εκτός από την σωστή φροντίδα της επιδερμίδας σημαντικό ρόλο παίζει και το μακιγιάζ, όχι μόνο για να αναδειχθεί η φυσική μας ομορφιά αλλά και να καλυφτούν τυχών ατέλειες.

Το μακιγιάζ διαφέρει ανάλογα την ώρα, πρωινό – απογευματινό - βραδινό, την εποχή, αλλά και την περίσταση. Για παράδειγμα δεν είναι δυνατό να βαφόμεστε το ίδιο στο γραφείο και το ίδιο σε μια βραδινή μας έξοδο. Πρέπει να γνωρίζουμε ότι το πρωί βαφόμεστε πιο ελαφριά και με πιο φωτεινές σκιές, για να μοιάζουμε φρέσκιες και φυσικές, ενώ το βράδυ χρειαζόμαστε ένα πιο έντονο μακιγιάζ και πιο σκούρες σκιές για να ξεχωρίζουμε. Επίσης ανάλογα με την εποχή κυριαρχούν και άλλα χρώματα. Μην ξεχνάμε όμως ότι και η κάθε ηλικία έχει το δικό της μακιγιάζ. Διαφορετικό μακιγιάζ ταιριάζει σε μια έφηβο, σε μια κοπέλα και σε μια κυρία μεγαλύτερης ηλικίας.⁴⁶



⁴⁵ Γούμπερη Μαρία- Τολίκα Δέσποينا, Ψυχολογία και αισθητική, ο.π., σ. 29

⁴⁶ Ομορφη απλά και φυσικά, όπως ανακτήθηκε από το <http://makigiaz.com/>

Λεξιλόγιο καλλυντικών – συνέργων μακιγιάζ – μικρές συμβουλές για σωστή χρήση⁴⁷

Make-up και απόκρυψη

Το βρίσκουμε σε υγρή ή σε compact μορφή και σκοπός του είναι να καλύψει ατέλειες, να δώσει ομοιόμορφο τόνο και λάμψη στην επιδερμίδα. Υπάρχουν συνθέσεις που απαντούν στις ανάγκες κάθε επιδερμίδας, από την ξηρή έως τη λιπαρή, από την επιδερμίδα με ακμή μέχρι την ευαίσθητη.

- Ξηρή επιδερμίδα Προτίμησε ένα ενυδατικό make-up σε λεπτόρρευστη υφή για να απλώνεται άνετα και να μην «τραβάει».
- Κανονική επιδερμίδα Διάλεξε ένα λεπτόρρευστο make-up που προσαρμόζεται στο χρώμα και στην υφή της επιδερμίδας, ώστε να φαίνεται απολύτως φυσικό.
- Λιπαρή επιδερμίδα Ένα make-up με μόρια πούδρας θα δώσει ματ αποτέλεσμα και θα σε βοηθήσει να καταπολεμήσεις τη γυαλάδα. Επιδερμίδα με ακμή Δοκίμασε ένα παχύρρευστο υπερκαλυπτικό make-up, με σύνθεση όμως που δεν κλείνει τους πόρους και δεν προκαλεί μαύρα στίγματα.

Χρωματολόγιο Το make-up θα πρέπει να το επιλέξεις προσεκτικά και να το δοκιμάσεις πάνω στο πρόσωπό σου σε φυσικό φωτισμό. Παρακάτω παραθέτουμε ορισμένες βασικές αρχές που βοηθούν στην σωστή επιλογή του make-up.

- Στις ροζ-μπεζ επιδερμίδες ταιριάζουν οι αποχρώσεις με βάση το κόκκινο.
- Στις μπεζ επιδερμίδες που δεν κοκκινίζουν ταιριάζουν οι αποχρώσεις με βάση το κίτρινο.
- Στις κοκκινο-κίτρινες επιδερμίδες ταιριάζουν οι αποχρώσεις με βάση το πορτοκαλί.

⁴⁷ Μακιγιάζ για πρωτάρεις!, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.vita.gr>

Ρουζ

για μάγουλο βερίκοκο

Κάνει το πρόσωπο να δείχνει υγιές και φωτεινό και «ζωντανεύει» το μακιγιάζ κάνοντας το πιο φυσικό. Το ρουζ σε κρεμώδη μορφή απλώνεται με τα δάχτυλα, με κυκλικές κινήσεις, και δημιουργεί ένα πιο φυσικό αποτέλεσμα.



Αν επιλεγεί ρουζ σε σκόνη, καλό θα είναι να επενδύσουμε σε ένα πολύ καλό πινέλο, καθώς αυτά που περιέχουν οι συσκευασίες συχνά δεν είναι τα ιδανικά.

Πώς θα το απλώσουμε:

- Πέρασε το πινέλο πάνω από το προϊόν και φύσηξε για να φύγει η επιπλέον ποσότητα.
- Άπλωσε το ρουζ πάνω από τα μάγουλα, με κινήσεις ανοδικές προς τα αυτιά. Όσο προχωράς προς τους κροτάφους, το ρουζ θα πρέπει να σβήνει και να αναμειγνύεται με την επιδερμίδα.
- Αν θεωρείς το αποτέλεσμα υπερβολικό, πέρασε μια διαφανή πούδρα από πάνω.

Μεγάλη προσοχή: Δεν πρέπει να απλώνουμε το ρουζ πολύ κοντά στα μάτια, αλλά να αφήνεις τουλάχιστον δύο δάχτυλα απόσταση. Επίσης, για ένα πιο αρμονικό αποτέλεσμα, η απόχρωση του κραγιόν θα πρέπει να ανήκει στην ίδια χρωματική παλέτα με αυτήν του ρουζ - για παράδειγμα, κόκκινο κραγιόν με καφέ ρουζ δεν συνδυάζονται.

Χρωματολόγιο Η απόχρωση του ρουζ θα πρέπει να φαίνεται φυσική πάνω και άρα όσο πιο ανοιχτόχρωμη επιδερμίδα έχει κάποιος, τόσο πιο ανοιχτή απόχρωση θα πρέπει να έχει. Αναζητούμε παστέλ χρώματα, όπως ροζ ή σομόν, εάν είναι ανοιχτόχρωμη η επιδερμίδα και βαθιές αποχρώσεις, όπως απαλό δαμασκηνί ή καφε-κόκκινο, εάν είναι σκουρόχρωμη επιδερμίδα.

Σκιές

Σε compact μορφή, υγρές ή σε σκόνη, ματ, μεταλλικές ή με ιριδίζουσα στοιχεία, σε κάθε λογής απόχρωση και χρώμα, οι σκιές ματιών σου δίνουν μια ποικιλία που σε προδιαθέτει να παίξεις μαζί τους. Όπως όλα τα παιχνίδια, όμως, έχει και αυτό τους «κανόνες» του.

- Οι γήινες αποχρώσεις είναι μια διακριτική και κομψή επιλογή, κατάλληλη για όλες τις ώρες.
- Οι αποχρώσεις του μοβ και του γκρι είναι εντυπωσιακές σε μπλε και πράσινα μάτια.
- Οι μπρονζέ αποχρώσεις ταιριάζουν σε κορίτσια με ξανθά και καστανά μαλλιά.
- Τα παστέλ χρώματα «δένουν» απόλυτα με την ανοιχτόχρωμη επιδερμίδα.
- Οι έντονες, «τροπικές» αποχρώσεις, π.χ. πορτοκαλί, τirkουάζ, «γράφουν» καλύτερα σε πολύ σκούρα επιδερμίδα.
- Η λευκή σκιά φωτίζει το βλέμμα, αλλά θα πρέπει να μπαίνει με φειδώ (μόνο στην εσωτερική γωνία του ματιού και κάτω από το τόξο των φρυδιών).
- Οι μεταλλικές αποχρώσεις κάνουν τα μάτια να φαίνονται πιο ζωντανά.
- Τις πολύ σκούρες, ιριδίζουσες και μεταλλικές αποχρώσεις τις κρατάμε μόνο για βραδινές εμφανίσεις.
- Το μαύρο δίνει ένταση στο βλέμμα, αλλά ταυτόχρονα σκληραίνει το πρόσωπο.

Μάσκαρα



Η μάσκαρα όχι μόνο τονίζει, αλλά μετατρέπει τα μάτια σε «πρωταγωνιστές» του μακιγιάζ, δίνοντας ένταση και θηλυκότητα στο βλέμμα. Ανάλογα με το βουρτσάκι της, κάθε μάσκαρα μπορεί να προσθέσει μήκος, όγκο ή και τα δύο στις βλεφαρίδες σου. Για να

αποφύγεις τους «κόμπους» και τις κολλημένες βλεφαρίδες, άπλωσε πρώτα μια στρώση μάσκα στα βλέφαρα του ενός ματιού και συνέχισε με το άλλο, ώστε να προλάβει να στεγνώσει η πρώτη στρώση πριν επαναλάβεις την εφαρμογή.

Χείλη



Από το προκλητικό κόκκινο στο διακριτικό ροζ, από το ουδέτερο καφέ μέχρι το εντυπωσιακό φούξια, τα λαμπερά gloss και τα κραγιόν δίνουν το «φιλί της ζωής» στα χείλη. Η ποικιλία είναι πραγματικά μεγάλη και εσύ μπορείς να επιλέξεις το κατάλληλο, ανάλογα με το αποτέλεσμα που επιθυμείς.

- Διάφανα κραγιόν Δίνουν ένα απαλό χρώμα και δημιουργούν ένα υγρό εφέ.
- Γυαλιστερά κραγιόν/gloss Περιέχουν ιριδίζοντα στοιχεία που αντανakλούν το φως και δίνουν ένα λαμπερό χρώμα με εντυπωσιακή λάμψη.
- Lip gloss Συνδυάζουν τη φωτεινότητα ενός γυαλιστερού κραγιόν και την υγρή όψη ενός διάφανου. Όσο πιο πυκνή και κολλώδης είναι η σύνθεσή τους τόσο περισσότερο διαρκούν.

- Κραγιόν διαρκείας Για χείλη «γεμάτα» και εντυπωσιακά. Συνήθως είναι σε διπλή συσκευασία που εκτός από το κραγιόν περιλαμβάνει και ένα top coat (σταθεροποιητή χρώματος διαφανή, σε μορφή gloss ή balm) που επικαλύπτει το χρώμα, το κρατά σταθερό και ενυδατώνει τα χείλη.

Χρωματολόγιο Στις ανοιχτόχρωμες επιδερμίδες, ταιριάζουν οι παστέλ και ροζ αποχρώσεις για πρωινές εμφανίσεις, ενώ το κόκκινο, τα έντονα φούξια και ροδακινί είναι ιδανικά για το βράδυ. > Στις σταρένιες επιδερμίδες, ιδανικές είναι οι γήινες αποχρώσεις, από τα πιο απαλά καφέ έως τα βαθιά καφε-κόκκινα. > Αν έχεις σκουρόχρωμη επιδερμίδα, σου ταιριάζουν τα θερμά χρώματα, όπως το πορτοκαλί και οι γκάμες του κόκκινου. > Για πιο «διακριτικές» εμφανίσεις, προτίμησε απαλά

Στην εποχή μας υπάρχει μεγάλη ποικιλία από χρώματα σκιών και eyeliners. Οι σκιές των ματιών, από τις πιο έντονες ως και τις πιο διακριτικές, μας δίνουν την ευκαιρία να παίξουμε και να δημιουργήσουμε με τα χρώματα. Η συνηθισμένη πρακτική είναι να χρησιμοποιούμε ανοιχτά χρώματα για να

τονίσουμε μια επιφάνεια και έπειτα σκούρους τόνους για το περίγραμμα. Στη γραμμή των βλεφαρίδων και στην πτυχή του βλεφάρου χρησιμοποιούμε πλούσιες και έντονες αποχρώσεις για να δώσουμε την εντύπωση του βάθους. Για να δώσουμε περισσότερη ένταση και να τονίσουμε το σχήμα των ματιών χρησιμοποιούμε eyeliner, το οποίο το τοποθετούμε με απαλές και λεπτές γραμμές σε ουδέτερα χρώματα όταν θέλουμε ένα φυσικό βλέμμα ή μαύρο eyeliner για ένα πιο δραματικό και έντονο ύφος στο βλέμμα. Αντί να χρησιμοποιήσουμε eyeliner μπορούμε να επιλέξουμε ένα μολύβι για μια καθαρή γραμμή ή απλά να σβήσουμε την σκιά ή ακόμη να προτιμήσουμε ένα υγρό eyeliner για μία λεπτότερη εφαρμογή. Το eyeliner το τοποθετούμε κατά μήκος της γραμμής των βλεφαρίδων στο επάνω βλέφαρο. Το χρώμα το συγκεντρώνουμε στις εξωτερικές γωνίες του ματιού και το τραβάμε ελαφρά και προσεκτικά προς την πτυχή του βλεφάρου. Eyeliner μπορούμε να τοποθετήσουμε και κατά μήκος του κάτω βλεφάρου, πάντα με προσοχή.

Αναφορικά με τις σκιές, συνήθως προτιμούμε τα παστέλ χρώματα γιατί και τραβάνε την προσοχή αλλά και φρεσκάρουν το βλέμμα. Εν αντιθέσει, οι πιο μουντές αποχρώσεις προσδίδουν χρώμα με διακριτικότητα και παράλληλα τονίζουν το σχήμα του ματιού, ενώ οι σκούρες αποχρώσεις, όπως και στο eyeliner, δίνουν ένα δραματικό αποτέλεσμα. Βέβαια μπορούμε να πάρουμε και τη μέση λύση και να αναμείξουμε και να ταιριάξουμε δύο διαφορετικά χρώματα ή και να χρησιμοποιήσουμε δύο διαφορετικούς τόνους του ίδιου χρώματος. Γενικά στο μακιγιάζ του ματιού χρησιμοποιούμε αρχικά ένα ελαφρύ στρώμα ανοιχτού χρώματος σε ολόκληρο το βλέφαρο, για να δημιουργήσουμε μια ομοιόμορφη βάση και να φωτίσουμε την περιοχή του ματιού και αργότερα θα χρησιμοποιήσουμε ένα μέτριο έως και σκούρο χρώμα στην πτυχή του βλεφάρου, που ταιριάζουν και καλύτερα στην γραμμή των βλεφαρίδων.

Είναι σημαντικό το γεγονός ότι με την σωστή χρήση των χρωμάτων έχουμε την δυνατότητα να διορθώσουμε ατέλειες και ιδιομορφίες των ματιών. Έτσι περνώντας λίγο ανοιχτό χρώμα στις εσωτερικές γωνίες των ματιών τα κάνουμε χρησιμοποιώντας το παιχνίδι των φωτοσκιάσεων να φαίνεται ότι

απέχουν περισσότερο μεταξύ τους, ενώ βάζοντας μέτριο ως σκούρο χρώμα στις εσωτερικές γωνίες θα τα κάνει να μοιάζουν πιο κοντά.⁴⁸

Με άλλα λόγια χρησιμοποιούμε το μακιγιάζ για να αναδείξουμε τα σημεία του προσώπου, που θεωρούμε ιδανικά για να επιτύχουμε το καλύτερο δυνατό αισθητικό αποτέλεσμα. Ουσιαστικά το μακιγιάζ διαμορφώνει την επιφάνεια του προσώπου με τέτοιο τρόπο ώστε οι ακτίνες του φωτός σε άλλο σημείο να ανακλούνε περισσότερο ή λιγότερο από το φως σε σχέση με τον «δείκτη ανάκλασης του φωτός», κι έτσι έχουμε τις φωτοσκιάσεις, τα «κοψίματα» στο μακιγιάζ για να επιτύχουμε το αποτέλεσμα που επιδιώκουμε.⁴⁹ Είναι ακριβώς αυτό που προείπαμε με τις φωτοσκιάσεις στην περιοχή των ματιών και τον τρόπο με τον οποίο μπορούμε να τα κάνουμε να μοιάζουν κοντύτερα ή μακρύτερα το ένα από το άλλο.

Πέρα από το μακιγιάζ των ματιών έχουμε και το μακιγιάζ χειλιών ,το οποίο κάνει τα χείλη να φαίνονται ελκυστικότερα. Μπορούμε είτε να τα τονίσουμε και να τα κάνουμε να φαίνονται πιο γεμάτα και ζουμερά, είτε να τα μακιγιάρουμε με τρόπο που να δείχνουν πιο άτονα. Άλλωστε υπάρχει μία μεγάλη ποικιλία από ποικιλία από κραγιόν που κυκλοφορούν στο εμπόριο και που μας δίνουν την δυνατότητα να παίζουμε με διάφορα ιριδίζοντα ή ματ χρώματα.

Για ένα απλό μακιγιάζ χειλιών ακολουθούμε κάποια βασικά βήματα: αρχικά κάνουμε με ένα μυτερό μολύβι χειλιών την κάτω καμπύλη των χειλιών, δηλαδή το κάτω χείλος και κατόπιν χρησιμοποιώντας ένα πινέλο χειλιών γεμίζουμε το κέντρο των χειλιών. Το μολύβι μας δίνει τη δυνατότητα να διορθώσουμε το σχήμα των χειλιών και γενικά ατέλειες που θα μπορούσαν να έχουν. Με τον τρόπο αυτόν μπορούμε να κάνουμε τα μικρά χείλη να μοιάζουν μεγαλύτερα ζωγραφίζοντας το περίγραμμα των χειλιών πιο έξω από το φυσικό τους περίγραμμα. Μπορούμε να διορθώσουμε ιδιομορφίες των

⁴⁸ Μπούλου Ελένη, Προϊόντα μακιγιάζ για τα μάτια και τα χείλη, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη Σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 5

⁴⁹ Ταυλικού Ευαγγελία, Μακιγιάζ τηλεόρασης, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 21

χειλιών, όπως λεπτό άνω ή κάτω χείλος, χείλη με καθοδικές τις εξωτερικές τους γωνίες κ.ά. Μία ακόμη χρήση των μολυβιών για τα χείλη είναι ότι εφαρμόζονται για να σταθεροποιήσουν τα κραγιόν. Μπορούμε στο τέλος να εφαρμόζουμε lip gloss στο κέντρο των χειλιών για να προσθέσουμε με τον τρόπο αυτόν περισσότερη λάμψη στα χείλη αλλά και να αυξήσουμε των όγκο τους κάνοντας τα να φαίνονται πιο ελκυστικά.⁵⁰

4.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ



Οι μέθοδοι της Αισθητικής (μασάζ, εφαρμογές νερών, peeling, μάσκες, make up κ.α.) είναι πάντα λεπτές και δεν καταστρέφουν ζωντανά στρώματα και ιστούς με μαζικό τρόπο, ενώ και οι πιο συνολικές μέθοδοι λειτουργούν επίσης με απόλυτη ηπιότητα. Πιο ειδικές μέθοδοι όπως η αποτρίχωση πιθανόν να καταστρέψουν τον ιστό αλλά πάντα σημειακά, ποτέ μαζικά. Αυτά τα πολύτιμα μέσα της Αισθητικής, μαζί με τη προσωπικότητα της Αισθητικού, δημιουργούν την ολοκληρωμένη φροντίδα, που έχει κύριο στόχο να βοηθήσει

⁵⁰ Μπούλου Ελένη, Προϊόντα μακιγιάζ για τα μάτια και τα χείλη, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη Σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 6

το δέρμα να οργανωθεί και να ισορροπήσει μόνο του, όχι να αλλάξει απότομα και αφύσικα.

Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για το πρόσωπο, το αληθινό κέντρο του ανθρώπου, που αποτυπώνει σαν καθρέπτης όλη τη σωματική, ψυχική και πνευματική μας ευαισθησία, αφού κάθε σημείο και ζώνη του επικοινωνεί με εσωτερικά όργανα και με τον βαθύτερο εαυτό μας με τρόπους γνωστούς και άγνωστους. Φροντίζοντας λοιπόν το πρόσωπο, επηρεάζουμε όχι μόνο το ίδιο, αλλά και όλο αυτό το βαθύτερο πλέγμα, με νευρικό, ενεργειακό, βιωματικό και αιθερικό τρόπο. Εξηγείται έτσι γιατί η Αισθητική θα πρέπει να είναι εμπλουτισμένη και με ολιστικά στοιχεία, ώστε ο άνθρωπος να οδηγείται σε πιο συνολική αρμονία, που είναι ο πραγματικός στόχος κάθε ολοκληρωμένης Αισθητικής.⁵¹

Στο σημείο αυτό ας εξετάσουμε κάποιες μεθόδους που χρησιμοποιεί η Αισθητική για να βοηθήσει τον άνθρωπο στον αγώνα του προς το κάλλος:

Μασάζ: Με τον όρο *massage*, μασάζ ή μάλαξη εννοούμε ένα σύνολο χειρισμών που βασίζονται στις αρχές της ανατομίας, φυσιολογίας και παθολογίας και εφαρμόζονται με τα χέρια στους μαλακούς ιστούς τους ανθρώπινου σώματος.⁵²

Η ελληνική λέξη μάλαξη προέρχεται από το ρήμα «μασσείν» που σημαίνει μαλάσσω ή αλλιώς ζυμώνω. Παρόμοιες λέξεις βρίσκουμε σε πολλές αρχαίες γλώσσες (εβραϊκό «*mashesh*», σανσκριτικό «*makeh*» κα.) γεγονός που υποδηλώνει και την ευρύτατη χρήση της πρακτικής της μάλαξης. Το μασάζ είναι ίσως το αρχαιότερο και πιο διαδεδομένο μέσο για την ανακούφιση από τον πόνο. Κάθε οικογένεια του ζωικού βασιλείου χρησιμοποιεί το άγγιγμα και την εντριβή σε περιοχές πόνου. Ακόμα και τα μικρά παιδιά καθαρά από ένστικτο ακουμπούν και τρίβουν τα πονεμένα σημεία του σώματος τους για να ανακουφιστούν.

⁵¹ Γούμπερη Μαρία- Τολίκα Δέσποινα, Ψυχολογία και αισθητική, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σσ. 21

⁵² Πετρίδου Χριστίνα, Η μάλαξη στην αισθητική, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη 2008, σ.5

Αρχαίοι λαοί όπως οι Κινέζοι, οι Ιάπωνες, οι Ινδοί και οι Έλληνες εφάρμοσαν και έφτασαν την τεχνική της μάλαξης σε πολύ ψηλά επίπεδα. Οι αρχαίοι Έλληνες το θεώρησαν για μία βασική και προληπτική θεραπευτική ιατρική μέθοδο, η οποία σε συνδυασμό με γυμναστική και χρήση βοτάνων μπορούσε να έχει ευεργετικές επιδράσεις στον οργανισμό. Από διαφαίνεται και από την περιβόητη φράση του Ιπποκράτη «...Ο γιατρός πρέπει να είναι έμπειρος σε πολλά πράγματα, αλλά οπωσδήποτε πρέπει να έχει εμπειρία στην εντριβή...»

Συστηματοποίηση στου χειρισμούς των μαλακών ιστών και στην ταξινόμηση των κινήσεων της μάλαξης έγινε στις αρχές του 19ου αιώνα από τον Σουηδό δάσκαλο φυσικής εκπαίδευσης Henrik Ling.⁵³

Το μασάζ εξελίχθηκε μέσα στους αιώνες και στη σύγχρονη εποχή πλέον θεωρείται σημαντικό θεραπευτικό μέσο που έχει τόσο αυτοτελή αξία όσο και συμπληρωματική με τη φυσικοθεραπεία και την ιατρική.

Εφαρμογές νερών – υδροθεραπεία: Η υδροθεραπεία μπορεί να οριστεί ως η «επιστημονική χρήση του νερού για την θεραπεία των νόσων». Δε χρησιμοποιούμε το νερό για την θεραπεία των νόσων, αλλά ο όρος υδροθεραπεία έχει επικρατήσει ως ο γενικά αποδεκτός για τις θεραπείες που χρησιμοποιούν το νερό για την εξυπηρέτηση των επαγγελματικών σκοπών.⁵⁴

Το νερό υπάρχει από την αρχή του χρόνου, αλλά μάλλον δεν γίνεται κατανοητός ο ζωτικός ρόλος που έχει παίξει το νερό στην δημιουργία του κόσμου και γενικότερα στο ιστορικό πλαίσιο. Ούτε βέβαια και όρος υδροθεραπεία είναι νέος, αλλά έχει ξεκινήσει στο βάθος των αιώνων πολύ πριν την γέννηση του Χριστού. Το νερό ήταν το αληθινό θεμέλιο της θεραπείας των νόσων στην αρχαία Ελλάδα και μάλιστα για να καταλάβει κανείς την μεγάλη σημασία που απέδιδαν οι αρχαίοι Έλληνες στο νερό, αρκεί κανείς να σκεφτεί ότι ο Δίας, ο μεγαλύτερος από όλους τους θεούς της ελληνικής μυθολογίας, ήταν ο πατέρας της βροχής.

⁵³ Πετρίδου Χριστίνα, Η μάλαξη στην αισθητική, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη 2008, σ.5

⁵⁴ Miller T. Erica, Καθημερινή Περιποίηση & Φροντίδα Ομορφιάς, μετάφραση Margaretha Kornberger – Βούλγαρη, Εκδόσεις Ιων, Αθήνα 1999, σ. 29

Στου ελληνικούς ναούς το μπάνιο στο ποτάμι και το μασάζ ήταν μέρη της τελετουργίας της ίασης. Ο Ασκληπιός που ήταν ο θεός της θεραπείας και συμβολίζονταν με ένα φίδι, το ίδιο φίδι που έγινε αργότερα το σύμβολο της ιατρικής επιστήμης. Ο Ιπποκράτης που λέγεται ότι καταγόταν από τον Ασκληπιό, ο πατέρας της ιατρικής, χρησιμοποιούσε πολύ λίγα φάρμακα και οι θεραπείες του βασιζονταν σε φυσικά στοιχεία και στο νερό. Χρησιμοποιούσε θερμά και ψυχρά λουτρά, όπως και πόση νερού για να αντιμετωπίσει έναν αριθμό ασθενειών. Πίστευε στο γλυκό και το θαλασσινό νερό, στις κομπρέσες, στο τρίψιμο με σπόγγο, στην πόση νερού και στα λουτρά ως επικρατέστερες μεθόδους για την καταπολέμηση των ασθενειών.⁵⁵

Η τέχνη βέβαια του λουτρού τελειοποιήθηκε από τους Ρωμαίους, οι οποίοι ενδιαφέρθηκαν ιδιαίτερα για τις επιδράσεις του θαλασσινού νερού στον οργανισμό και έφτιαξαν ολόκληρα κτήρια – λουτρά αφιερωμένα σε αυτόν το σκοπό.

Στη σύγχρονη εποχή έχει επικρατήσει ο όρος SPA (από ένα μικρό χωριό του Βελγίου το SPAU) και μάλιστα η πραγματική ανάπτυξη ήρθε στην Αυστροουγγαρία ανάμεσα στο 1829 – 1842 από έναν απλό αγρότη τον Vincent Priessnitz, ο οποίος κατόρθωσε να θεραπεύσει τα ζώα του αγροκτήματος του στο παρακείμενο ποτάμι, όπως και ένα δικό του τραύμα στα πλευρά από ένα κάρο που τον είχε χτυπήσει. Το ότι κατάφερε να θεραπευτεί με τον τρόπο αυτόν τον οδήγησε στην ανάπτυξη ενός συστήματος χρήσης νερού, τόσο με μπάνια, όσο και με κρύες και ζεστές κομπρέσες. Μετά από αυτήν την ενέργεια του απλού αγρότη άρχισαν να ξεπηδάνε παντού θεραπευτικά ιδρύματα κάτω από την διεύθυνση του και μάλιστα είχε φτάσει να έχει στην επίβλεψη του πάνω από επτά χιλιάδες πάσχοντες.⁵⁶

Την ίδια εποχή στην Βαυαρία ένας ιερέας ο Sebastian Kneip, ο οποίος ήταν περισσότερο βοτανολόγος άφησε μία ολόκληρη κληρονομιά από θεραπείες με βότανα, παράλληλα με τις θεραπείες με το νερό και με τον τρόπο αυτόν έγινε η μεγαλύτερη αυθεντία στο νερό και στα μπάνια και στα θεραπευτικά ροφήματα.

⁵⁵ Miller T. Erica, Καθημερινή Περιποίηση & Φροντίδα Ομορφιάς, μετάφραση Margaretha Kornberger – Βούλγαρη, Εκδόσεις Ιων, Αθήνα 1999, σ. 30

⁵⁶ Miller T. Erica, Καθημερινή Περιποίηση & Φροντίδα Ομορφιάς, μετάφραση Margaretha Kornberger – Βούλγαρη, Εκδόσεις Ιων, Αθήνα 1999, σ. 32

Στην θεραπεία με νερό το νερό χρησιμοποιείται συ συνδυασμό με διάφορα πρόσθετα, από το αλάτι, έως τα θαλάσσια φύκια, τη λάσπη και τα αιθέρια έλαια. Η διαδικασία αυτή δεν έχει μόνο σωματικά οφέλη για τον οργανισμό, αλλά και πολλά ψυχολογικά.

Peeling: Το peeling είναι μια τεχνική που χρησιμοποιείται για να βελτιώσει την εμφάνιση του δέρματος. Σε αυτήν την θεραπεία ένα χημικό διάλυμα εφαρμόζεται στο δέρμα, το οποίο προκαλεί ερεθισμό της επιδερμίδας και τελικά να αφαιρεθούν τα νεκρά κύτταρα της επιδερμίδας. Η νέα, αναγεννημένη δέρμα είναι συνήθως ομαλότερη και λιγότερο ζαρωμένη από το παλιό δέρμα. Το νέο δέρμα είναι επίσης προσωρινά πιο ευαίσθητο στον ήλιο.

Το peeling πραγματοποιείται στο πρόσωπο, στο λαιμό ή τα χέρια. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για:

- Μείωση των λεπτών γραμμών κάτω από τα μάτια και γύρω από το στόμα
- Αντιμετώπιση των ρυτίδων που προκαλούνται από τον ήλιο, τη γήρανση και διάφορους κληρονομικούς παράγοντες
- Ήπια βελτίωση της εμφάνισης των ουλών
- Θεραπεία ορισμένων τύπων ακμής
- Μείωση των σημαδιών ηλικίας, των φακίδων και των σκοτεινών κηλίδων, που οφείλονται σε εγκυμοσύνη ή σε λήψης χαπιών για τον έλεγχο των (μελάνιασμα)
- Βελτίωση της εμφάνισης και την αίσθησης του δέρματος που είναι θαμπό στην υφή.

Περιοχές κατεστραμμένες από τον ήλιο, που μπορεί να περιεχούν προ – καρκινικές κερατώσεις και οι οποίες εμφανίζονται ως φολιδωτές κηλίδες, μπορούν να βελτιωθούν μετά από ένα χημικό peeling. Μετά την θεραπεία, οι νέες προ – καρκινικές βλάβες είναι λιγότερο πιθανό να ξαναεμφανιστούν.⁵⁷

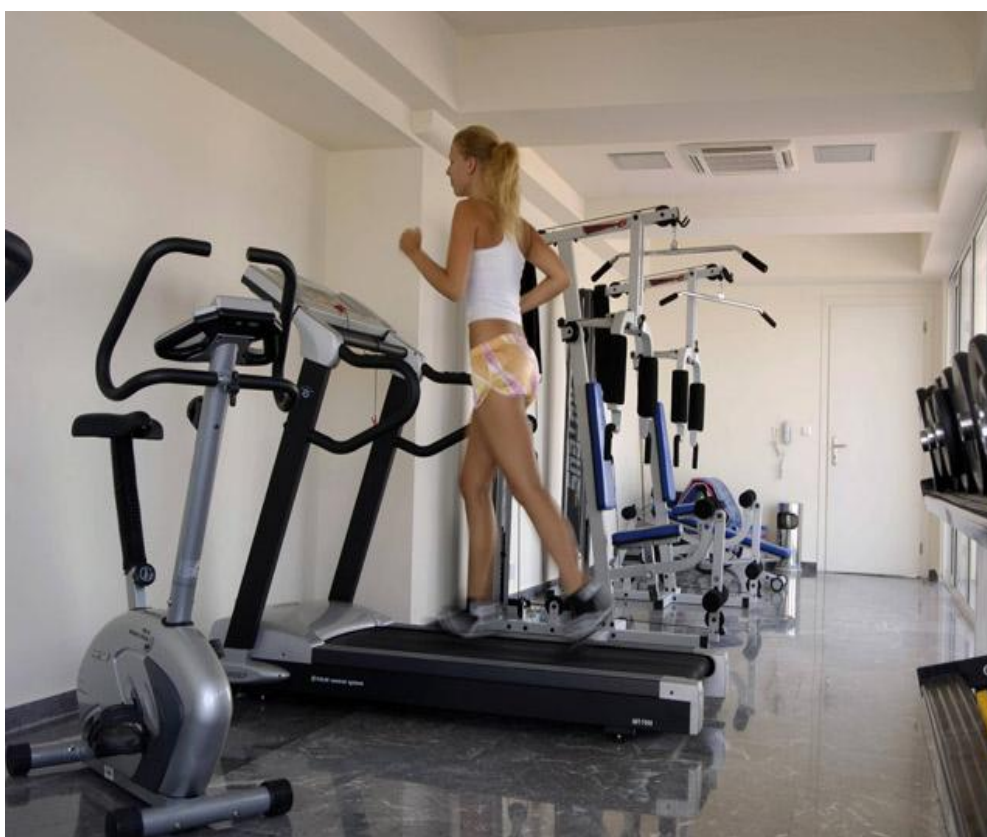
Μάσκες ομορφιάς: Οι μάσκες είναι από τα πιο ενδιαφέροντα προϊόντα περιποίησης του προσώπου και του σώματος και έχουν το ιδιαίτερο πλεονέκτημα ότι προσφέρουν γρήγορα τις ευεργετικές τους ιδιότητες για τον σκοπό που προορίζονται, γεγονός που τις έχει κατατάξει στο εβδομαδιαίο

⁵⁷ Chemical Peel Treatments, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.medicinenet.com>

πρόγραμμα ομορφιάς των περισσότερων γυναικών και τα τελευταία χρόνια εισέρχονται και στο πρόγραμμα των ανδρών.

Περιέχουν αυξημένη ποσότητα δραστικών συστατικών που χαρίζουν άμεση και εντατική φροντίδα. Η ιδέα για τη δημιουργία τους ξεκίνησε από τις γνωστές, εδώ και χιλιετίες, κομπρέσες. Δημιουργώντας ένα πιο παχύ στρώμα στην επιδερμίδα ή στα μαλλιά, ανάλογα με το «στόχο» τους, βοηθούν να επιτύχουμε μια πιο εντατική και βαθιά περιποίηση.⁵⁸

4.3 ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗ – ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑ



Μέχρι πριν λίγα χρόνια, στη χώρα μας ο αριθμός των ανδρών που πήγαιναν στο γυμναστήριο ήταν πολύ μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο των γυναικών, κάνοντας με τον τρόπο αυτόν την άσκηση στο γυμναστήριο να φαντάζει σαν μία αποκλειστικά υπόθεση των αντρών. Τα τελευταία όμως χρόνια τα δεδομένα έχουν αλλάξει και η αναλογία ανδρών – γυναικών στα

⁵⁸ Καλλυντικά: Μάσκες ομορφιάς για το πρόσωπο και τα μαλλιά, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.noikokyra.gr>

γυμναστήρια έχει εντελώς αλλάξει μιας και ο αριθμός των γυναικών που ασκούνται στα ιδιωτικά γυμναστήρια έχει υπερδιπλασιαστεί και, σε πολλά από αυτά, ξεπερνάει και τον αριθμό των εγγεγραμμένων αντρών. Δυστυχώς όμως αν και με την πάροδο του χρόνου τα δεδομένα αλλάζουν, παραμένει το ίδιο πρόβλημα της διάκρισης της άσκησης και των γυμναστικών δραστηριοτήτων και ακόμη υπάρχει αυτή η παλιά και στεία νοοτροπία που θέλει τους άνδρες να κάνουν βάρη και οι γυναίκες αερόμπικ.

Αναμφισβήτητα θα δούμε μεγάλες και σημαντικές διαφορές αν συγκρίνουμε άντρες και γυναίκες της ίδιας ηλικίας.

Οι γυναίκες, κατά μέσο όρο, είναι πιο κοντές και πιο ελαφρές. Έχουν ελαφρύτερο σκελετό και η μυϊκή τους μάζα είναι μικρότερη από το ποσοστό του σωματικού τους λίπους. Η αναλογία λίπους-μυών είναι μεγαλύτερη στις γυναίκες όπως και η λιπομυϊκή αναλογία, δηλαδή η ποσότητα λίπους κατά κιλό μυών. Ο συνδυασμός μεγαλύτερου ποσοστού λίπους, μικρότερης μυϊκής μάζας και ελαφρύτερου σκελετού καθιστά τις γυναίκες λιγότερο δυνατές όσον αφορά στην απόλυτη μυϊκή δύναμη.

Οι γυναίκες επίσης λόγω της ανατομίας τους έχουν μια συγκριτικά πιο ευρεία λεκάνη από τους άνδρες, η οποία κατά τις κινητικές μετατοπίσεις δημιουργεί προβλήματα και ειδικότερα κατά το τρέξιμο. Αυτό συμβαίνει επειδή η πιο πλατεία λεκάνη έχει ανάγκη μεγαλύτερης μετατόπισής της για να διατηρήσει το κέντρο βάρους της πάνω από το πόδι στήριξης και έτσι οι μύς "αναγκάζονται" στην ουσία να προσαρμοστούν σε αυτές τις απαιτήσεις κάνοντας το γυναικείο τρέξιμο να χαρακτηρίζεται από αντιοικονομικότητα.

Οι γυναίκες που αθλούνται χωρίζονται ανάλογα με τη δομή του σώματός τους σε τέσσερις κατηγορίες:

- 1.Στις μεγαλόσωμες και μυώδεις, ειδικά στα χέρια γυναίκες που έχουν σχετικά μικρά πόδια (τύπος 1).
- 2.Στις μικρόσωμες και συγκριτικά "μακρυπόδαρες", αλλά όχι μυώδεις και με στενούς ώμους και ισχία γυναίκες(τύπος 2).
- 3.Στις μυώδεις γυναίκες, με μακριά πόδια και σχετικά "ευθύγραμμη" κατασκευή (τύπος 3).
- 4.Στις βαριές και ογκώδεις, με φαρδείς ώμους και ισχία, μεγάλους μύς και σχετικά μεγάλο ποσοστό λίπους (τύπος 4).

5.Στις κοινές γυναίκες, με περισσότερο σωματικό λίπος, μικρό ποσοστό μυών και πλατιά ισχία (τύπος 5).⁵⁹

Σύμφωνα με τις έρευνες όσες ασχολούνται με τα βάρη τείνουν να προσεγγίζουν είτε τον τύπο 1 (αν προσέχουν παράλληλα και τη διατροφή τους), είτε τον τύπο 4 (εάν βέβαια δεν υπάρχει και η ανάλογη προσοχή στην διατροφή). Εκείνες που ασχολούνται μόνον με το αερόμπικ συνήθως αναπτύσσουν αναλογίες του τύπου 2. Οι γυναίκες που κάνουν συνδυασμένη προπόνηση βαρών κι αερόμπικ τείνουν να προσαρμοστούν είτε στον τύπο 1 είτε στον τύπο 3. Και τέλος όσες γυναίκες δεν ασκούνται τακτικά κι δεν είναι και τυχερές όσον αφορά την γενετική τους προδιάθεση, τείνουν να μοιάσουν με τον τύπο 5.⁶⁰

Οι γυναίκες είναι πιο παχιές (δηλαδή έχουν περισσότερο ποσοστό λίπους και μικρότερο ποσοστό μυϊκής μάζα) από ότι έχουν οι άντρες. Κατά μέσο όρο οι γυναίκες έχουν 25% μυϊκό ιστό και οι άντρες 40% ενώ το ποσοστό λίπους των γυναικών κυμαίνεται γύρω στο 20% και των αντρών γύρω στο 15%. Οι διαφορές αυτές μπορούν να αυξηθούν ή να μειωθούν με την κατάλληλη άσκηση.

Δεν υπάρχει έρευνα που να έχει αποδείξει ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερο ποσοστό γρήγορων ή αργών μυϊκών ινών. Πιθανά όμως οι άντρες επιστρατεύουν μεγαλύτερο αριθμό μυϊκών ινών σε κάθε προσπάθεια τους λόγω ίσως και της μεγαλύτερης μυϊκής μάζας τους.

Οι ενήλικες γυναίκες έχουν περίπου 30% λιγότερη δύναμη από ότι οι άντρες και αναλογικά λιγότερη μυϊκή δύναμη σε κάθε απομονωμένη μυϊκή ομάδα. Πέρα από αυτό οι γυναίκες φαίνεται ότι είναι πιο αδύναμες στους μους των χεριών και του κορμού από τους άνδρες, γιατί φαίνεται ότι χρησιμοποιούν λιγότερο το πάνω μέρος του σώματός τους. Οι γυναίκες όμως έχουν ακριβώς τις ίδιες συστατικές ικανότητες με τους άντρες, πράγμα που σημαίνει ότι μπορούν να χρησιμοποιήσουν τη δύναμή τους χωρίς οποιοδήποτε λειτουργικό ή φυσιολογικό εμπόδιο.

⁵⁹ Νέα δεδομένα για την άσκηση των γυναικών, όπως ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.fitnesslogic.gr>

⁶⁰ Νέα δεδομένα για την άσκηση των γυναικών, όπως ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.fitnesslogic.gr>

Εκεί που οι γυναίκες πλεονεκτούν είναι στην αερόβια ικανότητα, η οποία είναι ίδια η και μεγαλύτερη από ότι των ανδρών, ειδικά κιόλας εάν αυτή εκφραστεί ανά κιλό σωματικού βάρους. Οι γυναίκες έχουν σαφώς μεγαλύτερη ευκαμψία και ελαστικότητα απ' ότι οι άνδρες, αλλά πιθανώς χαμηλότερο δείκτη νευρομυϊκής συναρμογής.

ΔΙΑΤΡΟΦΟΛΟΓΙΑ



Η επιστήμη που ασχολείται με τη μελέτη των τροφών και τους τρόπους με τους οποίους το σώμα μας και γενικότερα ο οργανισμός μας χρησιμοποιεί τα διάφορα θρεπτικά και μη συστατικά τους ονομάζεται διατροφολογία (διαιτολογία). Στο γνωστικό της πεδίο βρίσκονται επίσης και βασικές οργανικές λειτουργίες όπως η αφομοίωση των τροφών.

ΑΦΟΜΟΙΩΣΗ ΤΡΟΦΩΝ

Η οργανική λειτουργία της αφομοίωσης των τροφών γίνεται με μία φυσιολογική, καθορισμένη, σειριακή ακολουθία. Αρχίζει με την πρόσληψη της τροφής, συνεχίζεται με τη διεργασία της μάσησης - κατάποσης και πέψης, έπειτα με την απορρόφηση των θρεπτικών στοιχείων στο λεπτό έντερο και τέλος με την κατανομή των απαραίτητων στοιχείων σε όλον τον οργανισμό και την αποβολή των μη χρήσιμων μέσω απεκκριτικών διαδικασιών. Βασικός

σκοπός της όλης διαδικασίας είναι όλα τα κύτταρα να πάρουν τα στοιχεία που χρειάζονται ώστε να συνεχίσουν τις μεταβολικές τους λειτουργίες.⁶¹

ΠΕΨΗ

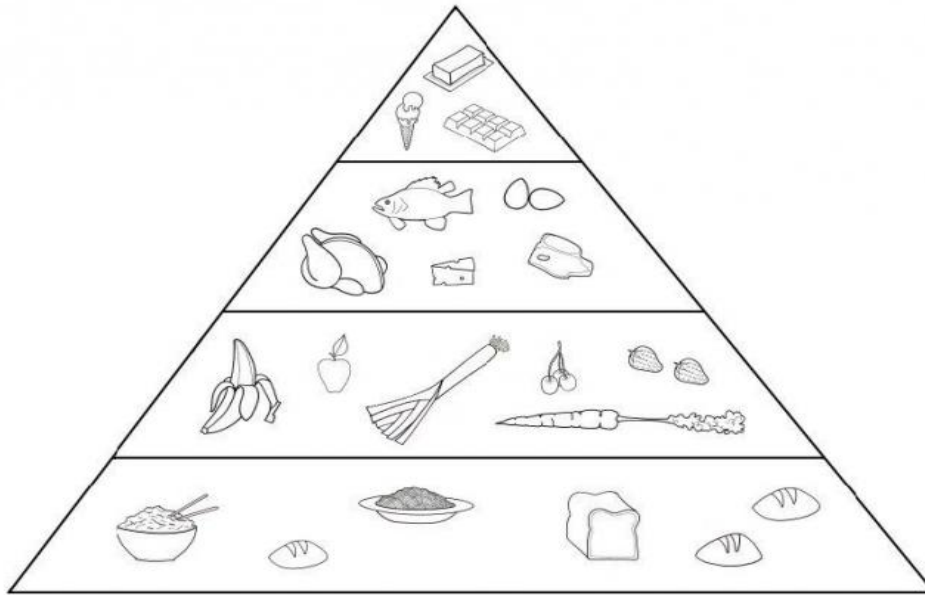
Η πέψη των τροφών είναι η διαδικασία με την οποία μεγάλα χημικά μόρια των τροφών διασπώνται σε μικρότερα για να μπορέσουν να διαπεράσουν και να απορροφηθούν από τα τοιχώματα του λεπτού εντέρου και κατόπιν να χρησιμοποιηθούν από τα κύτταρα. Τα τροφικά μόρια ξεκινούν την διάσπαση τους μέσα στον πεπτικό σωλήνα με την βοήθεια των ενζύμων, ουσιών και υγρών δηλαδή που βοηθούν την διαδικασία. Τα ένζυμα αυτά παράγονται από τους αδένες και όλη διαδικασία της πέψης γίνεται από το πεπτικό σύστημα, το οποίο περιλαμβάνει διάφορα όργανα όπως το στόμα, τον φάρυγγα, τον οισοφάγο, το στομάχι και τα έντερα. Ακολουθούν όργανα που είναι στενά συνδεδεμένα με το πεπτικό σύστημα και τα οποία παράγουν εκκρίματα και ένζυμα για την πέψη, όπως το συκώτι και το πάγκρεας, καθώς και οι σιελογόνοι αδένες οι οποίοι παράγουν το σάλιο.

Αυτό που πρέπει να θυμόμαστε, γιατί θα μας βοηθήσει στην παραπέρα ανάλυσή μας, είναι ότι η πέψη των τροφών γίνεται:

- Στους υδατάνθρακες στο στόμα και στο λεπτό έντερο (οι σύνθετοι υδατάνθρακες μετατρέπονται σε απλούς δηλαδή σε μονοσάκχαρα),
- στις πρωτεΐνες στο στομάχι και στο λεπτό έντερο (πεπτόνες, πεπτιδία και τελικά αμινοξέα),
- ενώ τα λίπη γαλακτοματοποιούνται στο λεπτό έντερο και μετατρέπονται σε λιπαρά οξέα και γλυκερίνη (η μικρή πέψη που δέχονται τα λίπη του γάλακτος στο στομάχι από την γαστρική λιπάση είναι τόσο ασθενής που δεν θεωρείται άξια λόγου).
- Επίσης θα πρέπει να θυμόμαστε ότι σημαντικό ρόλο για την ταχύτητα και την ποιότητα της πέψης παίζει η ποσότητα και η τυχόν ανάμιξη των διάφορων τροφών.⁶²

⁶¹ Μάθετε για την διατροφή, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.fitnesslogic.gr>

⁶² Μάθετε για την διατροφή, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.fitnesslogic.gr>



© Colorpix.be

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΑ ΘΡΕΠΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ο εφοδιασμός του οργανισμού με τα απαραίτητα θρεπτικά στοιχεία είναι απαραίτητος για να αναπτυχθούν και κατόπιν να διατηρηθούν οι σωματικές, πνευματικές, αλλά και ψυχικές ικανότητες του ανθρώπου. Τα απαραίτητα θρεπτικά αυτά στοιχεία έχουν ταξινομηθεί για καθαρά πρακτικούς λόγους σε τέσσερις (4) κατηγορίες :

1. Τα θερμιδογόνα θρεπτικά στοιχεία : Πρωτεΐνες, λίπη, υδατάνθρακες.
2. Τα αθέρμιδα θρεπτικά στοιχεία : Φυτικές ίνες.
3. Τους βιοκαταλύτες και τα μικροστοιχεία : Βιταμίνες και μέταλλα.
4. Τα απολύτως απαραίτητα : Νερό.⁶³

Οι ανάγκες του οργανισμού για τα διάφορα αυτά στοιχεία εξαρτώνται από μία σειρά παράγοντες όπως είναι η ηλικία, το φύλο, το σωματικό βάρος, οι συνθήκες του περιβάλλοντος, η κατάσταση της υγείας και, κυρίως, το είδος των σωματικών κι αθλητικών δραστηριοτήτων . Οι αθλητές ειδικότερα έχουν ιδιαίτερα αυξημένη ανάγκη για μεγαλύτερες ποσότητες θρεπτικών στοιχείων και τον πιο σημαντικό ρόλο τον παίζει το είδος της προπόνησης και του αγωνίσματος: Υπάρχει τόσο μεγάλη εξειδίκευση πλέον στις αθλητικές

⁶³ Μάθετε για την διατροφή, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.fitnesslogic.gr>

δραστηριότητες και οι απαιτήσεις είναι τόσο μεγάλες πλέον που τουλάχιστον ορισμένες από αυτές, απαιτούν μεγάλες προσλήψεις ορισμένων θρεπτικών συστατικών, λόγω των αυξημένων αναγκών του οργανισμού, ενώ ορισμένες άλλες αθλητικές δραστηριότητες οι απαιτήσεις μπορούν να χαρακτηριστούν απλά «φυσιολογικές». Αυτό βέβαια σε βάθος χρόνου μπορεί να ταράξει τη βιοχημική ισορροπία του οργανισμού και να δημιουργήσει διάφορα προβλήματα, τα οποία όμως γίνονται περισσότερο αντιληπτά μετά το πέρας και την διακοπή είναι της αθλητικής δραστηριότητας.⁶⁴

Ένας πολύ πιο απλός διαχωρισμός των θρεπτικών συστατικών είναι να τα χωρίσουμε σε 6 κατηγορίες ως εξής:

- υδατάνθρακες
- πρωτεΐνες
- λιπαρά
- βιταμίνες
- μέταλλα
- νερό

Ο διαχωρισμός αυτός φαίνεται πιο απλός καθώς δεν μας μπερδεύει με έννοιες τόσο σχετικές με θερμίδες και μας επιτρέπει να αναλύσουμε ευκολότερα σε τι μας χρησιμεύει και σε τι είναι απαραίτητο το καθένα από τα παραπάνω συστατικά.



⁶⁴ Μάθετε για την διατροφή, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.fitnesslogic.gr>

Γιατί τα θρεπτικά συστατικά είναι απαραίτητα ;

Ο οργανισμός μας χρειάζεται τους υδατάνθρακες για ενέργεια, αλλά χρησιμοποιεί σε πρώτη φάση μόνο μια ορισμένη ποσότητα, ενώ την ποσότητα που περισσεύει την αποθηκεύει για μελλοντική χρήση. Οι υδατάνθρακες χωρίζονται στα απλά σάκχαρα, στους σύνθετους υδατάνθρακες και στις φυτικές ίνες.

Οι απλοί υδατάνθρακες ή αλλιώς σάκχαρα, προσλαμβάνονται κυρίως από την ζάχαρη, τα γλυκά, τα αναψυκτικά και τα είδη ζαχαροπλαστικής. Τα παραπάνω περιέχουν και παρέχουν θερμίδες οι δεν παρέχουν στον οργανισμό βιταμίνες και μέταλλα και για αυτό ορίζονται ως «άδειες» θερμίδες. Καλό είναι να μην καταλαμβάνονται συχνά, καθώς δεν έχουν να προσφέρουν κάτι ουσιαστικό στον οργανισμό.

Οι σύνθετοι υδατάνθρακες περιλαμβάνουν όλα τα σύνθετα αμυλούχα και τις φυτικές ίνες, όπως αυτές που περιέχονται στα σιτηρά, στα δημητριακά, στο ψωμί, στα φρούτα και στα αμυλούχα λαχανικά όπως οι πατάτες, το καλαμπόκι, ο αρακάς και τα φασόλια. Οι σύνθετοι υδατάνθρακες περιέχουν αρκετά απαραίτητα διατροφικά συστατικά και είναι οι καλύτερες πηγές ενέργειας του οργανισμού. Είναι χαμηλοί σε περιεκτικότητα λίπους και θα πρέπει να καταναλώνονται συχνά.⁶⁵

Τα λιπαρά, όπως οι υδατάνθρακες, χρησιμοποιούνται από τον οργανισμό για ενέργεια και είναι απαραίτητα για την απορρόφηση των λιποδιαλυτών βιταμινών (βιταμίνες A,D,E,K). Μια μικρή ποσότητα λιπαρών είναι απαραίτητα σε μια ισορροπημένη διατροφή, εν τούτοις η μεγάλη και υπερβολική κατανάλωση λιπαρών μπορεί να οδηγήσει σε παχυσαρκία και σε καρδιαγγειακά νοσήματα. Τα λιπαρά μπορεί να είναι ζωικής ή φυτικής προέλευσης, για παράδειγμα η κρέμα γάλακτος, οι διάφορες σάλτσες, το μπέικον, η μαργαρίνη, το βούτυρο και οι ξηροί καρποί. Σημαντική ποσότητα λιπαρών περιέχει επίσης το κρέας και τα γαλακτοκομικά προϊόντα περιέχουν.

Το επόμενο θρεπτικό συστατικό που χρειάζεται ο οργανισμός μας είναι οι πρωτεΐνες, οι οποίες παρέχουν αμινοξέα που χρησιμοποιεί ο οργανισμός για τη δημιουργία, διατήρηση και επισκευή των κυττάρων και του μυϊκού

⁶⁵ Καραφυλλίδης Π. Ευμένης, Γνωρίστε τα θρεπτικά συστατικά, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>

ιστού, για την επούλωση τραυμάτων και για την υποστήριξη του πεπτικού συστήματος. Η πρωτεΐνη λαμβάνεται από πολλές τροφές και είναι συνηθές φαινόμενο οι άνθρωποι να καταναλώνουν διπλάσια και τριπλάσια ποσότητα από τη συνιστώμενη φτάνοντας έτσι σε υπερπρόσληψη πρωτεΐνης, η οποία όχι μόνο δεν βοηθάει στην περαιτέρω ενδυνάμωση του μυϊκού συστήματος, αλλά αποθηκεύεται στον οργανισμό με τη μορφή λίπους προξενώντας συνήθως προβλήματα στο συκώτι και τα νεφρά. Το γάλα, το γιαούρτι, το τυρί, γενικώς τα γαλακτοκομικά, τα άπαχα κρέατα, τα πουλερικά, τα ψάρια, τα φασόλια, τα αυγά και οι ξηροί καρποί είναι οι καλύτερες πηγές πρόσληψης πρωτεΐνης, ενώ μικρές ποσότητες πρωτεΐνης προσφέρουν το ψωμί, τα δημητριακά και τα λαχανικά.

Πέρα από όλα τα παραπάνω ο ανθρώπινος οργανισμός χρειάζεται απαραίτητως βιταμίνες και μέταλλα για να επιτελέσει αρκετές βιολογικές λειτουργίες. Δυστυχώς κάποιες βιταμίνες μπορεί να γίνουν τοξικές όταν υπερκαταναλώνονται και αντί να έχουν ευεργετικό ρόλο να κάνουν ζημιά στον οργανισμό. Γι αυτό είναι πολύ σημαντικό να ακολουθείται πάντα η συνιστώμενη ημερήσια ποσότητα (RDA) για τις βιταμίνες και τα μέταλλα.

Ο οργανισμός μετά το οξυγόνο χρειάζεται το νερό και αυτο οφείλεται στο γεγονός ότι το νερό είναι η βάση για όλα τα υγρά του οργανισμού. Αυτό φαίνεται ότι δεν είναι αντιληπτό από πολλούς ανθρώπους που δεν καταναλώνουν καθόλου νερό και το αντικαθιστούν με άλλα υγρά, ξεχνώντας ότι η έλλειψη του μπορεί να προκαλέσει μεγάλη μείωση στον μεταβολισμό και αρκετά προβλήματα στην υγεία γενικότερα.

Ισορροπημένη διατροφή

Κάποιος προσλαμβάνει όλα τα απαραίτητα θρεπτικά συστατικά όταν ακολουθεί μια ισορροπημένη διατροφή πλούσια σε σύνθετους υδατάνθρακες, με μετριασμένη ποσότητα πρωτεϊνών και λιπαρών, και φυσικά καταναλώνει άφθονο νερό.

Η ημερήσια κατανάλωση 5 μερίδων φρούτων και λαχανικών επίσης συμβάλλει στην πρόσληψη σημαντικής ποσότητας αντιοξειδωτικών (β-καροτίνη, βιταμίνη C και E), τα οποία βοηθάνε στην πρόληψη κάποιων μορφών καρκίνου, και φυτικών ινών (οι περισσότερες είναι σε μορφή

υδατάνθρακα) που βοηθάνε στην πρόληψη της δυσκοιλιότητας και πιθανόν στην πρόληψη καρκίνου του εντέρου.⁶⁶

Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν χρειάζονται συμπληρώματα διατροφής, όπως βιταμίνες και μέταλλα, εκτός και αν αυτά προτείνονται από τον γιατρό ή το διαιτολόγο σας. Το μόνο που πρέπει να προσέξει κανείς είναι να ακολουθεί μια ισορροπημένη διατροφή καθημερινά και να λαμβάνει υπόψη όλα τα διατροφικά - θρεπτικά συστατικά όταν πηγαίνει για τα καθημερινά ψώνια και κατά την προετοιμασία του φαγητού.⁶⁷

⁶⁶ Καραφυλλίδης Π. Ευμένης, Γνωρίστε τα θρεπτικά συστατικά, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>

⁶⁷ Καραφυλλίδης Π. Ευμένης, Γνωρίστε τα θρεπτικά συστατικά, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η γυναίκα από την αρχαιότητα ως και την σημερινή θέλει πάνω από όλα να είναι όμορφη. Και στον βωμό της ομορφιάς και της περιποιημένης εξωτερικής εμφάνισης γίνονται πολλές θυσίες. Ατελείωτες ώρες μπροστά στον καθρέπτη και την ντουλάπα, περιηγήσεις στις σελίδες των περιοδικών μόδας, και συχνές επισκέψεις στα ινστιτούτα αισθητικής και τα γυμναστήρια. Μία ολόκληρη βιομηχανία που δουλεύει για την έμφυτη ανάγκη για ομορφιά και συνηγορεί στην επίτευξη του ωραίου.

Ανατρέχοντας στις σελίδες τις ιστορίας μπορούμε να βρούμε αναρίθμητες περιπτώσεις γυναικών που φρόντιζαν για την εμφάνιση τους χρησιμοποιώντας διάφορες χειροποίητες μάσκες και κρέμες που έφτιαχναν οι ίδιες με απλά και καθημερινά υλικά. Ακόμη και μία βόλτα σε ένα μουσείο μπορεί να μας μεταδώσει μία τέτοια εικόνα καθώς η αρχαιολογική σκαπάνη έχει φέρει στο φως πολλά αγγεία που είτε απεικονίζουν γυναίκες να καλλωπίζονται, είτε είχαν χρησιμοποιηθεί για την παρασκευή των κρεμών της εποχής.

Η ανάγκη για το ωραίο και η καλαισθησία λοιπόν είναι κάτι το διαχρονικό. Είναι κάτι που όλες οι γυναίκες προσπαθούσαν να επιδιώξουν και κάτι που όλοι οι άνδρες θα ήθελαν να έχουν κοντά τους. Και αυτό όχι για κανέναν άλλον λόγο, αλλά επειδή κατά κάποιο τρόπο και μέσα από διάφορες ψυχολογικές διαδικασίες το ωραίο πολλές φορές ταυτίζεται και με το καλό, το αποτελεσματικό, το δυναμικό.

Ομορφιά λοιπόν και εξωτερική εμφάνιση σημαίνει αποδοχή από τους άλλους συνανθρώπους και σε καθιστά το επίκεντρο της προσοχής και του ενδιαφέροντος. Καλώς ή κακώς αυτό συμβαίνει. Και συμβαίνει καθαρά για λόγους αυτοπεποίθησης, καλής αυτοεικόνας και σωστής αυτοεκτίμησης. Γιατί όταν η εικόνα είναι καλή και αυτό βγαίνει και στο κοινωνικό σύνολο είναι λογικό και επόμενο να υπάρχει μεγαλύτερη σιγουριά και αυτοπεποίθηση.

Ζούμε στην εποχή της εικόνας. Αμέτρητες εικόνες εισβάλλουν κάθε μέρα στο σπίτι μας και στη ζωή μας. Τα Μ.Μ.Ε. μας κατακλύζουν και μας βομβαρδίζουν ανελέητα από όμορφες εικόνες και από προϊόντα, τα οποία βοηθούν στο να αποκτηθεί η εν λόγω καλή εικόνα, αλλά και δίνουν υποσχέσεις για διατήρηση της. Η γυναίκα μπαίνει σε μία συνεχή μάχη με τον

εαυτό της και με την τσέπη της στο να καταφέρει να αποκτήσει την πετυχημένη εικόνα που προβάλλεται από την τηλεόραση και τα περιοδικά. Και το κάνει περισσότερο για να μπορέσει να ανταποκριθεί στα επιτυχημένα πρότυπα της εκάστοτε εποχής που είναι και τα εκάστοτε σύμβολα ομορφιάς, αλλά και πόθου του αντιθέτου φύλου. Για παράδειγμα ας αναφέρουμε τα σουπερ μοντέλα της δεκαετίας του '80. Κάθε άνδρας ήθελε μία τέτοια γυναίκα στο κρεβάτι του, αλλά και δίπλα του, όπως και κάθε γυναίκα αγωνιούσε και υπέβαλλε τον εαυτό της σε εξαντλητικές δίαιτες και ταλαιπωρίες για να μπορέσει να φτάσει και να μοιάσει, έστω και λίγο, την εν λόγω γυναίκα που έμοιαζε να έχει βγει μέσα από παραμύθι.

Η ανάγκη της γυναίκας για ομορφιά κινεί μία ολόκληρη βιομηχανία. Στην ανάγκη αυτή βασίζονται σχεδιαστές μόδας και γενικά ολόκληρος ο κλάδος της μόδας, όπως και τα γυμναστήρια, τα κέντρα αισθητικής και ως έναν βαθμό και τα Μ.Μ.Ε. με τα γυναικεία περιοδικά και τις διαφημίσεις.

Η γυναίκα θέλει συνεχώς να γίνεται ομορφότερη και για αυτό και καταφεύγει στα έμπειρα χέρια των ειδικών. Η αισθητική κάνει θαύματα! Μπορεί χρησιμοποιώντας το κατάλληλο μακιγιάζ να μετατρέψει ένα συνηθισμένο κατά τα άλλα πρόσωπο σε ένα πρόσωπο βγαλμένο από ζωγραφικό πίνακα απαράμιλλου κάλλους και να σβήσει κάθε ίχνος ατέλειας σε ένα κορμί που πάσχει από τις γνωστές παθήσεις που ταλανίζουν τις γυναίκες, όπως η κυτταρίδα και το τοπικό πάχος. Μπορεί να κάνει μία κάπως τραχιά επιδερμίδα να έχει την υφή του καλύτερου και ακριβότερου βελούδου και επίσης να εξαλείψει κάθε ίχνος τρίχας που σε εμάς τις γυναίκες είναι ενοχλητικές.

Το μόνο που χρειάζεται για μία τέτοια μεταμόρφωση είναι υπομονή, αλλά και επιμονή, σωστό πρόγραμμα και πειθαρχία όσον αφορά στην διατροφή και την καθημερινή γυμναστική, αλλά πάνω από όλα χρειάζεται χρόνο και τα έμπειρα χέρια του ειδικού αισθητικού που είναι στη διάθεση μας να μας βοηθήσει στην μεταμόρφωση μας.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Κλείνοντας την εργασία μας για την σχέση της γυναίκας με την αισθητική μένουμε με την εντύπωση ότι η αισθητική δεν είναι κάτι που ανακαλύφθηκε στις μέρες μας ή έστω τον προηγούμενο αιώνα. Η Κλεοπάτρα που ήταν φημισμένη για την ομορφιά της και τον τρόπο της να σαγηνέψει οποιονδήποτε άνδρα και να ήθελε, μας δείχνει ότι από τότε οι γυναίκες είχαν την αίσθηση του ωραίου και πώς να το αναδείξουν.

Το ίδιο βλέπουμε και στα αγαλματένια κορμιά των Καρυάτιδων και γενικότερα των γυναικείων αρχαιοελληνικών μορφών που συναντάμε στα μουσεία σε όλον τον κόσμο. Η ομορφιά και η προσεγμένη εξωτερική εμφάνιση ήταν ανέκαθεν αυτοσκοπός και τρόπος ζωής παράλληλα.

Η σύγχρονη αισθητική μας παρέχει ασφαλείς λύσεις στο να επιτύχουμε αυτό που θεωρούμε εμείς προσωπικό όμορφο για τον εαυτό μας. Αποτριχώσεις, απολεπίσεις, μασάζ, μακιγιάζ, άλλες υπηρεσίες αισθητικής και αδυνατίσματος, όπως και διάφορες μέθοδοι γυμναστικής σε συνδυασμό με σωστή διατροφή είναι στην διάθεση μας για να καταφέρουμε και να φτάσουμε στον στόχο μας. Το σώμα και το πρόσωπο που πάντα επιθυμούσαμε και θέλαμε.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αναγνωστάκη Αναστασία, *Η σχέση των καλλυντικών με τη σύγχρονη γυναίκα*, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008, σ. 17-18
2. Barbara Black Koltun , “*Λίλιθ, η σκοτεινή θηλυκή αρχή*”
3. Γούμπερη Μαρία- Τολίκα Δέσποινα, *Ψυχολογία και αισθητική*, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008
4. Connel R. W., *Το κοινωνικό Φύλλο*, Εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα 2006
5. Ζαχαριουδάκη Μαρία – Άννα – Μαργέτα Χριστίνα, *Η επίδραση των κατασκευαστικών στοιχείων ενός ινστιτούτου ομορφιάς στα συναισθήματα των πελατών*, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008
6. Καρακούση Ελένη, *Ηθική Κατανάλωση, Μία μελέτη της συμπεριφοράς των καταναλωτών καλλυντικών απέναντι στο δίλημμα ανθρώπινη υγεία και πειράματα σε ζώα*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακό πρόγραμμα στη διοίκηση επιχειρήσεων, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.msmfull.aueb.gr/docs/msm310.pdf>
7. Καραφυλλίδης Π. Ευμένης, *Γνωρίστε τα θρεπτικά συστατικά*, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>
8. Κάρζη Θ., *Η Γυναίκα τον 20^ο Αιώνα*, Εκδόσεις Δοκίμιο, Αθήνα 1993,
- 9.Καυκιά Ιωάννα, *Αποτρίχωση*, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.iatronet.gr>
10. Κόκκα Μαρία, *Το καλλυντικό στην αρχαιότητα*, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρεια Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008
11. Μαντζαρίδης Γεώργιος, *Ηθική II, Γάμος και Οικογενειακή Ζωή*, Εκδόσεις Πουρναρά, Θεσσαλονίκη 2006

12. Μηλιώνης Α. Χρήστος, *Η ιστορική εξέλιξη της ανατομικής μελέτης και απεικόνισης του ανθρώπινου προσώπου*, Αρχαία Ελληνικής Ιατρικής 2008, 25(6),σ.799
13. Miller T. Erica, *Καθημερινή Περιποίηση & Φροντίδα Ομορφιάς*, μετάφραση Margaretha Kornberger – Βούλγαρη, Εκδόσεις Ιων, Αθήνα 1999
14. Μπούλου Ελένη, *Προϊόντα μακιγιάζ για τα μάτια και τα χείλη*, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη Σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008
15. Taylor Charles, *Πολυπολιτισμικότητα - Εξετάζοντας την πολιτική της αναγνώρισης*, Εκδόσεις Πόλις, Αθήνα 1999
16. Παμπούκη Ελένης *Ατζέντα Γυναικών 1997*, από το βιβλίο της Κούλας Ξηραδάκη, *Το Φεμινιστικό Κίνημα στην Ελλάδα*
17. Σαλιμπά Ζιζή, *Οι Γυναίκες Εργάτριες*, Εκδόσεις Κέντρο Νεοελληνικών Ερευνών, Αθήνα 2002
18. Scott J. W., *Gender and the Politics of History*, N.York: Columbia University Press, 1988
19. Πετρίδου Χριστίνα, *Η μάλαξη στην αισθητική*, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη 2008
20. Ταυλικού Ευαγγελία, *Μακιγιάζ τηλεόρασης*, πτυχιακή εργασία εκπονηθείσα στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στη σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής – Κοσμετολογίας, Θεσσαλονίκη 2008
21. Χάφτον Όλουεν, *Ιστορία των Γυναικών στην Ευρώπη (1500 – 1800)*, Εκδόσεις Νεφέλη, Αθήνα 2003
22. *Τα πρότυπα της γυναικείας ομορφιάς*, όπως ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.tovima.gr>
23. *Επαναστατική θεραπεία Αδυνατίσματος Body Wrap*, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.aesthetics.gr>
24. *Σοκολατοθεραπεία*, όπως ανακτήθηκε από το <http://expertgr.com>
25. *Νέα δεδομένα για την άσκηση των γυναικών*, όπως ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.fitnesslogic.gr>

26. *Μάθετε για την διατροφή*, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.fitnesslogic.gr>
27. <http://www.sepae.gr/history.php>
28. http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathextra_100165_21/10/2006_168847
29. <http://apopseis.wordpress.com>
30. <http://www.tyxikos.gr>
31. *Χάπια αδυνατίσματος: Μόνο από τον ιατρό σας*, όπως ανακτήθηκε από το <http://health.in.gr>
32. Barnadine Bibiano, *make – up, οδηγίες για φανταστικές εμφανίσεις*, Μαλλιάρης παιδεία
33. *Η ομορφιά της συμμετρίας*, όπως ανακτήθηκε από το <http://news.pathfinder.gr>
34. *Όμορφη απλά και φυσικά*, όπως ανακτήθηκε από το <http://makigiiaz.com/>
35. *Μακιγιάζ για πρωτάρεις!*, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.vita.gr>
36. *Chemical Peel Treatments*, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.medicinenet.com>
37. *Καλλυντικά: Μάσκες ομορφιάς για το πρόσωπο και τα μαλλιά*, όπως ανακτήθηκε από το <http://www.noikokyra.gr>