

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

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΣΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ
ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.**

Φοιτήτριες: Κιθαρίδου Παναγιώτα
Κωνσταντουδάκη Ευθαλία

Καθηγήτρια: Μεγακλή Θεογνωσία

Θεσσαλονίκη 2009

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΣΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ
ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.

Θεσσαλονίκη 2009

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επίδραση του μακιγιάζ στη βελτίωση της γυναικείας ελκυστικότητας.

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας στο τμήμα Αισθητικής των Α.Τ.Ε.Ι. Σκοπός της ήταν η εξέταση της συμβολής του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα των γυναικών. Στην έρευνα συμμετείχαν 19 εθελόντριες, σπουδάστριες του τμήματος Αισθητικής, οι οποίες φωτογραφήθηκαν σε δύο καταστάσεις: 1) χωρίς μακιγιάζ και 2) με ολοκληρωμένο μακιγιάζ.

Οι φωτογραφίες χωρίστηκαν σε 19 σετ των δύο φωτογραφιών όπου το κάθε ένα αντιστοιχούσε σε μια εθελόντρια. Ζητήθηκε από 80 συμμετέχοντες να αξιολογήσουν την βελτίωση που προσέφερε το μακιγιάζ στα επιμέρους χαρακτηριστικά (μάτια, χείλη, παρειές) και στο σύνολο του προσώπου.

Το δείγμα των συμμετεχόντων αποτελούνταν από άντρες και γυναίκες, ηλικίας 16-60 ετών με μέσο όρο ηλικίας 25,78 και 30,30 έτη αντίστοιχα.

Τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων έγιναν για γυναίκες, άντρες και σύνολο αυτών. Κατά την αξιολόγηση των φωτογραφιών φάνηκε πως το μακιγιάζ φρυδιών, ματιών και παρειών παρείχαν μεγάλη βελτίωση στην εμφάνιση του προσώπου, όμως σε ελάχιστες περιπτώσεις κρίθηκαν ως άριστα. Ικανοποιητική, αλλά όχι εξίσου σημαντική βελτίωση, προσέφεραν το ολοκληρωμένο μακιγιάζ και η βάση make up, ενώ το μακιγιάζ χειλιών είχε πολύ χαμηλή συνεισφορά. Οι άντρες ανέδειξαν το ολοκληρωμένο μακιγιάζ και οι γυναίκες το μακιγιάζ ματιών ως σημαντικότερο χαρακτηριστικό που συνέβαλε στην ελκυστικότητα του προσώπου.

Λέξεις κλειδιά: μακιγιάζ, ελκυστικότητα, αυτοπεποίθηση

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	1
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	2
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
Ιστορικά στοιχεία μακιγιάζ.....	5
Αρχαία Αίγυπτος.....	5
Αρχαία Ελλάδα.....	5
Αρχαία Ρώμη.....	6
Μεσαίωνας.....	6
Αναγέννηση.....	7
19 ^{ος} αιώνας.....	8
20 ^{ος} αιώνας.....	9
2. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	11
Τι θεωρείται ελκυστικό.....	11
Ο συμβολισμός της ελκυστικότητας.....	12
Πως επηρεάζει η ελκυστικότητα την καθημερινή ζωή.....	13
3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	16
Δείγμα.....	16
Εργαλεία μέτρησης.....	16
Διαδικασία.....	17
4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	19
Ηλικία δείγματος, Πίνακας 1.....	19
Μόρφωση δείγματος, Πίνακας 2.....	20
Τόπος κατοικίας δείγματος, Πίνακας 3.....	21
Χρώμα δέρματος, Πίνακας 4.....	22
Σχήμα φρυδιών, Πίνακας 5.....	23
Μακιγιάζ ματιών, Πίνακας 6.....	24
Χρώμα Παρειών, Πίνακας 7.....	25

Μακιγιάζ χειλιών, Πίνακας 8.....	26
Ολοκληρωμένο μακιγιάζ, Πίνακας 9.....	27
Χαρακτηριστικό ελκυστικότητας, Πίνακας 10.....	28
5. ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	33
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	37
Προτάσεις.....	37
7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	40

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο καλλωπισμός υπήρξε ανέκαθεν ένα σημαντικό μέσο έκφρασης των ανθρώπων. Το οποίο χρησιμοποιήθηκε για ποικίλους λόγους, από θρησκευτικές τελετές μέχρι την προσέλκυση του αντίθετου φύλλου. Η χρήση του ήταν διαδεδομένη σε όλους τους σημαντικούς αρχαίους πολιτισμούς όπως στην Αρχαία Αίγυπτο, Ελλάδα και Ρώμη, Αραβία και Άπω Ανατολή.

Ένα σπουδαίο κομμάτι του καλλωπισμού ήταν και είναι το μακιγιάζ.

Η λέξη μακιγιάζ (maquillage) είναι Γαλλική και χρησιμοποιείται σήμερα ευρέως, ενώ ο Αγγλικός όρος είναι make up. Η ελληνική αντίστοιχη ονομασία είναι ψιμυθίωση(ρ. ψιμυθιώ, ουσ. ψιμύθιο). Ψιμύθιο ονομαζόταν ο λευκός μόλυβδος η σκόνη του οποίου εξυπηρετούσε στην λεύκανση της επιδερμίδας. Δεν είναι καθόλου τυχαίο το γεγονός ότι η συγκεκριμένη λέξη ταυτίστηκε με τον καλλωπισμό του προσώπου, διότι η επιθυμία για λευκή επιδερμίδα αποτέλεσε πρώτη προτεραιότητα των γυναικών για πολλούς αιώνες.

Το μακιγιάζ είναι η τεχνική χρησιμοποίησης καλλυντικών προϊόντων με σκοπό την προβολή των όμορφων στοιχείων του προσώπου και παράλληλα την υποβάθμιση των ατελειών(ουλές, ρυτίδες, ασυμμετρίες)

Μια αντίστοιχη μέθοδος καλλωπισμού του σώματος ονομάζεται body painting

(ζωγραφική σώματος).Αντικείμενό της είναι η έκφραση των συναισθημάτων και της φαντασίας, ο στολισμός του σώματος, ο εντυπωσιασμός. Αυτή η τεχνική είχε υιοθετηθεί από λαούς (Αφρικανοί, Ινδιάνοι κ.α.) για να δηλώσει την φυλή, την θρησκεία, την δύναμη και την ιεραρχία. Οι πρώτες ύλες ήταν κυρίως λάσπη και πηλός.

Μια παρόμοια μέθοδος στολισμού του σώματος και του προσώπου ήταν η δερματοστιξία (τατουάζ).Αρχικά η μέθοδος αποτελούσε μέρος της ιεροτελεστίας προς τιμή σημαντικών γεγονότων όπως η ενηλικίωση των παιδιών(Αφρική).Εφαρμοζόταν με κάποιο αιχμηρό λεπτό αντικείμενο(μαχαίρια, λεπίδες) πάνω στην επιδερμίδα χαράζοντας την προκαλώντας ουλές σε διάφορα σχήματα, η τρυπώντας την αφήνοντας μελάνι στις βαθύτερες στοιβάδες του δέρματος. Με αυτό τον τρόπο προέκυπταν διάφορα σχέδια και σύμβολα.

Η διαφορά της δερματοστιξίας με το body painting και το μακιγιάζ είναι πως η πρώτη είναι μόνιμη.

Ιστορικά στοιχεία μακιγιάζ.

Αρχαία Αίγυπτος.

Οι Αιγύπτιοι ήταν ένας από τους αρχαιότερους λαούς που είχαν συστηματική χρήση του μακιγιάζ στην καθημερινότητά τους, σε όλη την διάρκεια της ιστορίας τους. Αρχικά αποτελούσε αποκλειστικό προνόμιο των ιερέων, για θρησκευτικές τελετές και ταρίχευση νεκρών. Οι γυναίκες τοποθετούσαν χρώμα στα χείλη και στα μάγουλα και έβαφαν τα νύχια τους με χέννα και λεύκαιναν τα πρόσωπά τους με λευκή πούδρα. Το χαρακτηριστικό μακιγιάζ της εποχής ήταν το έντονο περίγραμμα ματιών και τα πολύ μαύρα φρύδια, που πετύχαιναν χρησιμοποιώντας Kohl ,δηλαδή μαύρη σκόνη που τοποθετούνταν με βρεγμένα ραβδιά από ξύλο ή γυαλί. Για τα βλέφαρα, τα πιο δημοφιλή χρώματα ήταν το πράσινο, τουρκουάζ, καφέ και κόκκινο. Οι Αιγύπτιες επίσης χρησιμοποιούσαν λάδια για την περιποίηση των μαλλιών τους, ενώ οι άντρες ξύριζαν το κεφάλι τους και φορούσαν περούκες φτιαγμένες από φυτικές ίνες ή τρίχες ζώων. Οι Φοίνικες επηρεάστηκαν πολύ από τις καλλωπιστικές συνήθειες των Αιγυπτίων, σε αντίθεση με τους Εβραίους.

Αρχαία Ελλάδα.

Η υγιεινή ήταν ανεπτυγμένη στους αρχαίους Έλληνες, άντρες και γυναίκες. Χρησιμοποιούσαν καλλυντικά που εισήγαγαν από την Άπω Ανατολή όπως αρώματα και πούδρες. Τα αρώματα χρησιμοποιούνταν στα λουτρά για αισθητικούς και ιαματικούς λόγους. Τα έλαια εξυπηρετούσαν διαφορετικούς σκοπούς το καθένα, όπως ρετσινόλαδο για τα μαλλιά, θυμάρι για τον λαιμό κτλ. Προτιμούσαν το ξανθό χρώμα και για αυτό χρησιμοποιούσαν σκευάσματα για τα μαλλιά από όστρακα και χέννα και κοσμούσαν το κεφάλι με διάφορα κοσμήματα της εποχής. Επίσης οι δεσμευμένες γυναίκες είχαν τα μαλλιά τους πιασμένα ψηλά σε κότσους ενώ οι ανύπαντρες τα άφηνα λυτά. Το μακιγιάζ των αρχαίων Ελλήνων ήταν ελαφρύ και χαρακτηριζόταν από απλότητα .Προοριζόταν για την αριστοκρατία και απαγορευόταν η χρήση του από γυναίκες χαμηλότερων τάξεων.

Στο πρόσωπο τοποθετούνταν λευκή πούδρα φτιαγμένη από ανθρακικό μόλυβδο και τα χρώματα των χειλιών και των παρειών ήταν γήινα καφέ και κόκκινα. Για το περίγραμμα των ματιών χρησιμοποιούνταν μαύρο Kohl και έβαφαν τα βλέφαρά τους με κόκκινα, καφέ και πράσινα χρώματα. Το μακιγιάζ των ματιών πλαισίωναν τα φρύδια, σχεδιασμένα σε καμπύλο σχήμα.

Αρχαία Ρώμη.

Οι Ρωμαίοι ασχολούνταν υπερβολικά με την εμφάνισή τους. Υπήρχαν δημόσια και ιδιωτικά λουτρά στα οποία περνούσαν πολλές ώρες καθώς λούζονταν, χτενίζονταν, αρωματίζονταν και φυσικά βάζονταν. Η χρήση των αρωμάτων ήταν πολύ συνηθισμένη και δίνονταν προσοχή στην υγιεινή του στόματος και των δοντιών. Στα μπάνια προσθέτανε γάλα όνου για να μαλακώσουν το δέρμα τους.

Το μακιγιάζ τους επηρέαστηκε από τους Αιγύπτιους και τους Έλληνες αν και ήταν πιο βαρύ και έντονο. Έτσι, λεύκαιναν το πρόσωπο, το λαιμό και το στήθος με λευκή πούδρα. Στα χείλια και τα μάγουλα προτιμούσαν το ζωηρό κόκκινο και τα μάτια και τα φρύδια τονίζονταν και σκουραίνονταν με αντιμόνιο, για να υπάρξει αντίθεση.

Υπήρχε προτίμηση στο ξανθό και κόκκινο χρώμα μαλλιών, το οποίο αποκτούσαν με την βοήθεια βαφών.

Μεσαίωνας.

Η εποχή του Μεσαίωνα δεν επηρέασε όλους τους λαούς προς την ίδια κατεύθυνση. Στην Ευρώπη το μακιγιάζ σχεδόν απουσίαζε και ήταν χαρακτηριστικό μόνο των ελεύθερων ή κατώτερης τάξης, γυναικών. Η αριστοκρατία επιζητούσε να έχει λευκό, σχεδόν χλωμό χρώμα δέρματος ενώ οι πιο ρόδινες αποχρώσεις στο χρώμα προσώπου και ρούζ χρησιμοποιούνταν από τις κατώτερες τάξεις. Τον 11^ο αιώνα το λευκό χρώμα

Και μετέπειτα το ρουζ τον 13^ο αιώνα, υιοθετούνται από όλες τις γυναίκες, ασχέτως κοινωνικής τάξης. Και εδώ παρατηρείται μια προτίμηση στα καστανόξανθα μαλλιά, που συνήθως είναι μαζεμένα και όχι λυτά. Τα χείλη χρωματίζονταν κόκκινα και θεωρούνταν ιδανικά αν ήταν μικρά και γεμάτα. Για τα μάτια επέλεγαν πράσινα, γκρι και καφέ σκιές. Τον 15^ο αιώνα χρησιμοποιήθηκε

περίγραμμα για τα μάτια αλλά κυρίως από κοινές γυναίκες. Η μόδα ήθελε να φρύδια σε λεπτό στενό σχήμα , το οποίο υιοθετήθηκε μέχρι και τα τέλη του αιώνα. Το χαρακτηριστικό του Μεσαιωνικού προτύπου ομορφιάς ήταν το ψηλό και καθαρό μέτωπο, για αυτό οι γυναίκες το ξύριζαν μαζί με τους κροτάφους.

Σε αντίθεση με την Ευρώπη, την ίδια εποχή στον Αραβικό κόσμο, οι γυναίκες ξοδεύουν πολύ ώρα καθημερινά για την περιποίηση προσώπου και σώματος. Τα ατμόλουτρα με αιθέρια έλαια ήταν πολύ διαδεδομένα όπως επίσης και τα χαμάμ, που χρησιμοποιούνταν από όλες τις κοινωνικές τάξεις, άντρες και γυναίκες. Για την αποτρίχωση του σώματος προτιμούσαν την χαλάουα (πάστα λεμονιού και ζάχαρης)

γνωστή μέχρι και σήμερα. Το μακιγιάζ ήταν προσεγμένο, περιποιημένο και απέριπτο. Χρωμάτιζαν τα μάγουλα και τόνιζαν τα φρύδια ,καθώς μεγάλη σημασία έδιναν και στα μάτια τους, περιγράφοντας τα με Kohl. Οι συνταγές ομορφιάς την Ανατολής υιοθετήθηκαν από την Ισπανία, Γαλλία και Νότια Ιταλία τον 10^ο αιώνα.

Παράλληλα στο Βυζάντιο το μακιγιάζ περιορίζεται μόνο στα μάτια και τα φρύδια. Τα περισσότερα χρώματα και στολίδια χρησιμοποιούνταν στα ρούχα τους ,που εκείνη την εποχή χαρακτηρίζονταν από χλιδή και εντυπωσιακά σχέδια.

Αναγέννηση.

Η περίοδος την Αναγέννησης, κράτησε από τον 15^ο μέχρι τον 16^ο αιώνα και έφερε αλλαγές στην εμφάνιση και στα πρότυπα ομορφιάς. Παρατηρήθηκε ανανέωση στην προσωπική περιποίηση καθώς το εμπόριο και η ανταλλαγή αναπτυσσόταν με γρήγορους ρυθμούς ανάμεσα σε πολλές χώρες. Η Ευρώπη εισήγαγε προϊόντα από την Ανατολή, όπως αρώματα που χρησιμοποιήθηκαν με υπερβολή σε εκείνα τα χρόνια, καλύπτοντας την έλλειψη υγιεινής φροντίδας, ιδιαίτερα στην Γαλλία.

Ούτε στην Αναγέννηση σταμάτησε η επιθυμία για λευκό, λαμπερό πρόσωπο, το οποίο αποκτούσαν οι γυναίκες με λευκό μόλυβδο και σκόνη κιμωλίας. Επίσης το ψηλό αποτριχωμένο μέτωπο και τα καστανόξανθα μαλλιά συνέχιζαν να θεωρούνται σημάδια ομορφιάς, στα οποία αργότερα προστέθηκαν ο ψηλός λαιμός και το ελαφρύ διπλοσάγονο. Η μόδα της εποχής ήθελε τις γυναίκες με καμπύλες και γεμάτες φιγούρες και φίνο, απαλό δέρμα. Άντρες και γυναίκες

είχαν ογκώδη χτενίσματα ή έβαζαν περούκες. Χαρακτηριστικό της Αναγέννησης ήταν τα κομμάτια υφασμάτων

σε διάφορα σχήματα και υφές, που τοποθετούνταν στο πρόσωπο για ομορφιά και κάλυψη ατελειών. Η τάση αυτή έγινε δημοφιλής στην Κεντρική Ευρώπη (Αγγλία, Γαλλία, Ισπανία).

Το μακιγιάζ περιοριζόταν στον χρωματισμό των χειλιών και των παρειών με ρόδινο χρώμα, ενώ τα μάτια παρέμεναν άβαφα, λόγω προτίμησης της φυσικής ομορφιάς που επικρατούσε. Τα φυσικά συστατικά που χρησιμοποιούνταν κάποτε, αντικαταστάθηκαν από χημικές ουσίες, που σε μερικές περιπτώσεις αποδείχθηκαν τοξικές.

19^{ος} αιώνας.

Στις αρχές αυτού του αιώνα το μακιγιάζ ήταν απλό και φάνταζε φυσικό, μέχρι και την Βικτωριανή εποχή όπου και σχεδόν καταργήθηκε. Το βάψιμο περιοριζόταν στην σκούρηνση των φρυδιών, στα ροδαλά χείλια και μάγουλα και στο λευκό πρόσωπο από χρήση μαργαριταρόσκονης. Όμως στα τέλη του αιώνα οι γυναίκες απελευθερώθηκαν περισσότερο και μακιγιάριζαν έντονα τα μάγουλα και τα χείλια και περιέγραφαν τα μάτια τους με Khol. Μετά την προτίμηση που υπήρχε στην φυσική εμφάνιση κατά την Αναγέννηση, τον 19^ο αιώνα δόθηκε περισσότερη έμφαση στο μακιγιάζ. Χρησιμοποιούνταν mascara και τα φρύδια γεμίζονταν και σχηματίζονταν σε καμπύλη. Το πρότυπο ομορφιάς άλλαξε για ακόμη μία φορά προστάζοντας την λεπτή σιλουέτα, τα μεγάλα εκφραστικά σκουρόχρωμα μάτια και τα καστανά μαλλιά χτενισμένα σε μπούκλες.

Η μεγαλύτερη εξέλιξη στον τομέα της περιποίησης παρατηρήθηκε στην Γαλλία, όπου δημιουργήθηκαν βιομηχανίες καλλυντικών και ιδρύθηκαν σαλόνια ομορφιάς. Ο προβληματισμός για καλύτερη και αποτελεσματικότερη περιποίηση αρχίζει να γίνεται έντονος. Οι εταιρίες αντικατέστησαν τις χημικές ουσίες των προϊόντων τους με βότανα, φυτικά λίπη και έλαια.

20^{ος} αιώνας.

Στον 20^ο αιώνα σημειώθηκαν σημαντικές αλλαγές στην κοινωνία και βιομηχανία, λόγω του οικονομικού κραχ, που συντέλεσαν στην ανεξαρτητοποίηση των γυναικών ,κάνοντάς τες δυναμικότερες.

Το μακιγιάζ έγινε αποδεκτό ευρέως σε πολλές κοινωνίες και κουλτούρες και αποτελούσε αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής περιποίησης και εμφάνισης. Το εντυπωσιακό ήταν πως η μόδα και το πρότυπο της ιδανικής ομορφιάς άλλαζε συνεχώς, από δεκαετία σε δεκαετία.

Το 1920 τα φρύδια σχηματίζονταν σε λεπτό και καθοδικό σχήμα και τα βλέφαρα σκουραίνονταν με έντονες σκιές, ενώ τα χείλη βάφονταν με έντονο κόκκινο.

Την δεκαετία του 30 υπήρξε μεγαλύτερη ποικιλία και καλύτερη ποιότητα στα χρώματα του μακιγιάζ. Επηρεασμένο από διασημότητες το sophisticated look υιοθετήθηκε από πολλές γυναίκες. Χαρακτηριστικό αυτού του στυλ ήταν τα λεπτά φρύδια σε σχήμα τόξου, οι ψεύτικες βλεφαρίδες και φυσικά τα έντονα περιγεγραμμένα κόκκινα χείλη.

Αντίθετα, το 1940 παρατηρήθηκε μια κλήση στο φυσικό και απαλό μακιγιάζ ,με παχιά φρύδια, τονισμένες με mascara βλεφαρίδες και χείλη σε κόκκινα και ροζ χρώματα . Η έλλειψη ολοκληρωμένου και προσεγμένου μακιγιάζ οφειλόταν στην ανυπαρξία ελεύθερου χρόνου, εφόσον οι περισσότερες γυναίκες εργάζονταν.

Το 1950 δόθηκε έμφαση στο μακιγιάζ ματιών και υπήρξε πληθώρα χρωμάτων σε σκιές και κραγιόν. Έτσι η κάθε γυναίκα μπορούσε να επιλέξει πως θα βαφτεί σύμφωνα με τα φυσικά της χρώματα και όχι ακολουθώντας την μόδα. Σημαντικό ρόλο έπαιξε η δημιουργία του μπεζ make up ,επιτρέποντας στις γυναίκες να τονίσουν το φυσικό χρώμα της επιδερμίδας τους.

Στις αρχές του 1960, η μόδα των hippies στηριζόταν στην φυσική ομορφιά, με μοναδικό καλλωπιστικό στοιχείο ζωγραφίες λουλουδιών και συμβόλων στο πρόσωπο και στο σώμα. Όσα χρώματα χρησιμοποιούνταν ήταν απαλά, παστέλ σε ροζ αποχρώσεις. Από την μέση της δεκαετίας και μετά δόθηκε έμφαση στο μακιγιάζ ματιών και στην χρήση έντονων μεταλλιζέ σκιών. Στην δεκαετία του 1970, τα φρύδια αποτριχώνονταν ,σε αντίθεση με την προηγούμενη δεκαετία και για πρώτη φορά δόθηκε αρκετή προσοχή στο χρώμα του ρουζ. Το 1977 τα χρώματα που χρησιμοποιούνταν ήταν εντονότερα από τις προηγούμενες εποχές, όπως καφέ και δαμασκηνί. Επίσης πολύ διαδεδομένη έγινε η χρήση του

περιγράμματος χειλιών και του lip gloss. Την δεκαετία του 80, η επιθυμία για έντονο μακιγιάζ ήταν ακόμα φανερή, με αποκορύφωση την μόδα των runks, οι οποίοι έβαφαν ,άσπρο το πρόσωπό τους, σκούρα ,σχεδόν μαύρα τα χείλη και τα μάτια τους, ενώ χρωμάτιζαν τα μαλλιά τους μωβ, πράσινα, κόκκινα κ.λ.π. Παράλληλα, οι γυναίκες που δεν ακολουθούσαν αυτήν την μόδα, είχαν ελαφρύ μακιγιάζ, καταργώντας ακόμα και το μολύβι ματιών.

Η δεκαετία του 1990 δεν χαρακτηρίστηκε από συγκριμένο πρότυπο ομορφιάς και κατ' επέκταση μακιγιάζ. Υιοθετήθηκαν στυλ παλαιότερων δεκαετιών, που αναβίωσαν τολμηρότερα και εντονότερα λόγω της κατάρνησης ηθικών φραγμών.

Παρατηρήθηκε τεράστια εξέλιξη στις βιομηχανίες καλλυντικών, οι οποίες γίνονταν ολοένα πιο ανταγωνιστικές, χρησιμοποιώντας πρωτότυπα και σπάνια υλικά όπως κολλαγόνο και ζωικά εκχυλίσματα. Υπολογίζεται πως το έτος 2000, η Ελληνίδα γυναίκα ξόδεψε κατά μέσο όρο 2.200 ευρώ για καλλωπισμό.

Η σημαντικότητα του καλλωπισμού φαίνεται πως ήταν υψηλή σε όλη την διάρκεια της ιστορίας του ανθρώπου. Από τους Αρχαίους Αιγύπτιους μέχρι την σύγχρονη κοινωνία αποτελούσε μια σταθερή αξία, εξυπηρετώντας ποικίλους σκοπούς από θρησκευτικές τελετές μέχρι επίδειξη δύναμης και από πολιτικές πεποιθήσεις μέχρι οικονομική τάξη.

2. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Τι θεωρείται ελκυστικό.

Είναι προφανές πως τα πρότυπα ομορφιάς αλλάζουν ανά τους αιώνες. Αυτό που μπορεί να θεωρούνταν όμορφο στην αρχαιότητα δεν έχει θέση στην σύγχρονη κοινωνία. Ειδικά τον τελευταίο αιώνα, τα πρότυπα ομορφιάς άλλαξαν πολλές μορφές. Ενώ οι γυναίκες σημείωσαν τρομερές αλλαγές στην κοινωνική τους θέση και έγιναν διεκδικητικές και δυναμικές, το πρότυπο ελκυστικότητας έγινε τολμηρότερο και πιο εντυπωσιακό και θηλυκό. Ίσως αυτή η αντίθεση, να χρησιμοποιείται σαν αντίβαρο, θυμίζοντας στις γυναίκες να μην παραμελούν τον εαυτό τους.

Από την άλλη πλευρά ο Hielman (1998), επισήμανε πως τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προτρέπουν τα νεαρά κορίτσια να μοιάσουν σε συγκεκριμένα κοινωνικά πρότυπα ελκυστικότερης ομορφιάς, εμπορευματοποιώντας την ομορφιά. Παρόλα αυτά το τι θεωρούμε ελκυστικό, δεν έχει να κάνει μόνο με την εμφάνιση καθαυτή, αλλά και με το τι συμβολίζει, όπως επίσης και με τις προσωπικές εμπειρίες και συνήθειες.

Υπάρχουν αποδείξεις πως η πρώιμη ζωή των ανθρώπων επηρεάζει τις προτιμήσεις τους στους μετέπειτα συντρόφους. Επειδή τα μέλη της οικογένειας μοιάζουν μεταξύ τους, είναι πιθανό η προτίμηση των ανθρώπων στο ταίρι τους να επηρεάζεται από την ομοιότητα των χαρακτηριστικών.

Στις γυναίκες, τα χαρακτηριστικά της πατρικής φιγούρας, μπορεί να έχουν επιρροή στην επιλογή συντρόφου, ενώ στους άντρες, τα χαρακτηριστικά της μητρικής φιγούρας μπορεί να μην επηρεάζουν τόσο στην επιλογή μιας συντρόφου για βραχυπρόθεσμη σχέση, αλλά για μακροπρόθεσμη.(Perrett , 2002)

Στην αρχαία Ελλάδα η λέξη «καλόν» δεν αντιπροσωπεύει το όμορφο αλλά αυτό που προκαλεί θαυμασμό. Η διαφορά μεταξύ «κάλλους» και ομορφιάς είναι μεγάλη, αφού η ομορφιά έχει να κάνει με την αισθητική και την ικανοποίηση της όρασης και της ακοής. Ενώ αντίθετα το «κάλλος» γίνεται αντιληπτό από μια ευρύτερη αξιολόγηση εκφράζοντας το δίκαιο και σωστό, την αρμονία, την μαγεία

στην ποίηση, το συναίσθημα της χαράς, την συμμετρία στην γλυπτική, κλπ. (Εκο ,2004)

Φυσικά τα πρότυπα ελκυστικότητας και ομορφιάς διαφέρουν ανάμεσα στις κοινωνίες και τους λαούς, παρόλα αυτά μπορεί να υπάρξει συμφωνία ανάμεσα στις κουλτούρες πάνω στην ελκυστικότητα του προσώπου, διότι ο μέσος όρος οποιασδήποτε ομάδας είναι ανάλογος με αυτόν οποιασδήποτε άλλης. Έτσι τα ελκυστικά πρόσωπα από τα κοινά και συνηθισμένα θα διαφέρουν ανάλογα. Επίσης οι διαφορετικές κοινωνίες δεν δίνουν ίδια βαρύτητα σε όλα τα χαρακτηριστικά, όμως είναι γεγονός πως οι άνθρωποι έχουν μερικές κοινές απόψεις σχετικά με πια χαρακτηριστικά θεωρούνται ελκυστικά (π.χ. μάτια).

Οι εξελικτικοί ψυχολόγοι εμπνεύστηκαν από το βιβλίο του Donald Symons (The Evolution of Human Sexuality) που απέδειξε πως η ελκυστικότητα σχετίζεται με την προτίμηση για υγιείς συντρόφους.(Thornhill, 1999)

Ο συμβολισμός της ελκυστικότητας.

Ο λόγος για τον οποίο οι άνθρωποι συμπαθούν περισσότερο τους φυσικά ελκυστικούς από τους μη ελκυστικούς, είναι γιατί πιστεύουν πως οι πρώτοι έχουν πιο επιθυμητές προσωπικότητες. Τους αντιλαμβάνονται σαν πιο ευγενικούς, κοινωνικούς, ενδιαφέροντες, ευαίσθητους, με περισσότερες προοπτικές για επιτυχημένη επαγγελματική και προσωπική ζωή. Η ύπαρξη του στερεότυπου «ότι είναι όμορφο είναι και καλό» επιβεβαιώνεται από τους Bar-Tal και Saxe, που έδειξαν πως η φυσική ελκυστικότητα επηρεάζει θετικά ένα μεγάλο εύρος κρίσεων.(Graham,2008)

Άλλες έρευνες, σύμφωνα με τις Madelein Ogilvie and Pauline Kristensen-Bach ισχυρίζονται πως οι ελκυστικοί άνθρωποι έχουν καλύτερες ή υψηλότερες αξίες.(Ogilvie)

Από έρευνα που έγινε για να μελετηθεί η επιρροή των καλλυντικών στην αυτοαντίληψη, φάνηκε πως οι γυναίκες με μακιγιάζ ή περιποιημένα μαλλιά, ψηφίστηκαν θετικότερα από αυτές με χωρίς, χαρακτηρισμένες ως θηλυκές, τακτικές, καθαρές, κατασταλαγμένες, περισσότερο σίγουρες, οργανωμένες, δημοφιλείς, ευχάριστες, συμπονετικές, θερμές και εύπιστες.

Οι άνθρωποι πιστεύουν πως οι περισσότερο όμορφοι άνθρωποι, έχουν καλύτερη ποιότητα ζωής, απαλλαγμένη από προβλήματα που οι μέσοι άνθρωποι αντιμετωπίζουν. Αυτό σχετίζεται με το γεγονός πως κάποια χαρακτηριστικά,

όπως π.χ. το λείο δέρμα, τα καθαρά μάτια ή ο μέσος δείκτης βάρους, παραπέμπουν σε καλύτερη υγεία. (Thornhill , 1999)

Συμπερασματικά, αντιλαμβανόμαστε πως το τι θεωρείται ελκυστικό, επηρεάζεται από την κουλτούρα, την μόδα, τις εμπειρίες, κλπ. Και πάνω από όλα από την υγεία λόγω της ανάγκης για διαιώνιση του ανθρωπίνου είδους.

Πως επηρεάζει η ελκυστικότητα την καθημερινή ζωή.

Η επίδραση της ελκυστικότητας φαίνεται πως έχει ερευνηθεί σε πολλούς τομείς, όπως ψυχολογία, διαφήμιση, εμπόριο, συμπεριφορά, εργασία, κλπ. Είναι φανερό πως η ελκυστικότητα επηρεάζει τόσο αυτόν που την ασκεί, δίνοντας αυτοπεποίθηση, σιγουριά, κλπ., όσο και αυτόν που την δέχεται, κάνοντας τον πιο καλοπροαίρετο.

Η μελέτη "The effects of cosmetics on person perception" ασχολήθηκε με την επίδραση των καλλυντικών και τις εντυπώσεις που προκαλούν σε ανθρώπους. Επιλέγηκαν τέσσερις γυναίκες, ηλικίας 24 – 33 ετών, μέτριας ελκυστικότητας, οι οποίες επρόκειτο να φωτογραφηθούν σε τέσσερις διαφορετικές καταστάσεις:

- α. με μακιγιάζ και μέτρια περιποιημένα μαλλιά
- β. με μακιγιάζ και λουσμένα και χτενισμένα μαλλιά
- γ. χωρίς μακιγιάζ αλλά με χτενισμένα μαλλιά
- δ. με μακιγιάζ αλλά χωρίς καθόλου περιποιημένα μαλλιά.

Από τους άντρες και γυναίκες που ψήφισαν, συμπέραναν πως το μακιγιάζ είχε θετική επίδραση στην κρίση της ελκυστικότητας και προσωπικότητας, όπως επίσης σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση έπαιξαν και τα περιποιημένα μαλλιά. Οι φωτογραφίες των γυναικών με μακιγιάζ επηρέασαν τους κριτές, ψηφίζοντας τους ως θηλυκές, καθαρές, τακτικές, σωματικά ελκυστικές, κοινωνικές, ενδιαφέρουσες, συμπνετικές και δημοφιλείς. Παρόμοια αποτελέσματα έδειξαν και οι φωτογραφίες των γυναικών με περιποιημένα – χτενισμένα μαλλιά.

Επίσης ο καλλωπισμός μαλλιών αύξησε την αξιολόγηση της ευγένειας ακόμα και όταν δεν είχε χρησιμοποιηθεί μακιγιάζ.

Οι αξιολογήσεις της θηλυκότητας ήταν υψηλότερες στις φωτογραφίες όπου οι γυναίκες εμφανίστηκαν με μακιγιάζ και περιποιημένα μαλλιά απ' ότι στις

φωτογραφίες που ήταν αμακιγιάριστες και χωρίς περιποιημένα μαλλιά.(Graham,2008)

Στην έρευνα “the importance of cosmetics” ρωτήθηκαν γυναίκες ,18-60 ετών, να κατονομάσουν πως αισθάνονται, πως αντιλαμβάνονται την εμφάνισή τους και την συμπεριφοράς τους καθώς και τις προσδοκίες που είχαν από άλλους, όταν ήταν μακιγιαρισμένες. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως υπήρχαν συγκεκριμένα πλεονεκτήματα με την χρήση καλλυντικών που ίσχυαν σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Συγκεκριμένα υπήρχαν δηλώσεις ότι το μακιγιάζ, επηρέασε σημαντικά την ψυχολογία σε σχέση με την ετεροφυλική έλξη και τον συναγωνισμό με νεαρότερες γυναίκες. Επιπλέον είχε θετική επίδραση σε θέματα σχετικά με την ηλικία και την φυσική υγεία για τις περισσότερες μεσήλικες γυναίκες.(Graham, 2008)

Φαίνεται λοιπόν πως η μείωση των ψεγαδιών και η τόνωση των όμορφων χαρακτηριστικών που προσφέρει το μακιγιάζ επηρεάζει ένα ευρύ φάσμα ηλικίας, στις γυναίκες, χαρίζοντας τους αυτοπεποίθηση, άνεση και σιγουριά.

Αποτελέσματα της έρευνας “why women wear lipstick” έδειξαν ότι οι γυναίκες

φορούν κραγιόν, σήμερα, περισσότερο για λόγους αυτοπεποίθησης παρά σαν μια μέθοδο σαγήνευσης του αντίθετου φύλλου, όπως θα υποστήριζαν παλαιότερες έρευνες.

Το κραγιόν είναι ένα σημαντικό μέσο με το οποίο οι γυναίκες μεταμορφώνουν τον εαυτό τους, με βάση πάντα το εικόνα που θέλουν τους άλλους να έχουν για αυτές. Ερεύνησε πώς το κραγιόν κάνει τις γυναίκες να νοιώθουν, συμπεριλαμβάνοντας μια ποικιλία ιδιοτήτων του, για να καθορίσει την επιρροή που είχε σε μεμονωμένες, διαφορετικές αντιλήψεις.

Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων έδειξαν ότι το κραγιόν πλέον θεωρείται μέρος της καθημερινής εμφάνισης και αναπόσπαστο στοιχείο ενός φυσιολογικού προσώπου.

Σε μια πενταπλή κλίμακα αξιολόγησης, το 84% των γυναικών απάντησαν πως το κραγιόν συνέβαλε στο να νοιώσουν ‘μεγάλη αυτοπεποίθηση’ και το 8% ‘απλά αυτοπεποίθηση’. Επίσης το 82% δήλωσε ότι το κραγιόν τις κάνει να νοιώθουν ‘πολύ καλά με τη εμφάνισή τους’. Σε αντίθεση μόνο το 28% θεώρησε πως το κραγιόν τις κάνει να νοιώθουν ελκυστικότερες στο άλλο φύλλο.

Στην ίδια έρευνα, το κραγιόν αποδείχτηκε ως σημαντικό μέρος του καθημερινού καλλωπισμού με 76% των γυναικών να το φορούν 6 μέρες την εβδομάδα και 18% να το φορούν 1 ή 2 μέρες, κυρίως για κοινωνικούς λόγους.

Ο συχνότερος λόγος αγοράς του προϊόντος ήταν οι ειδικές περιστάσεις (29%) και η αντικατάσταση ενός παλιού κραγιόν (23%). Το 20% σχολίασε πως η 'ανάγκη για αλλαγή ήταν σημαντικός λόγος για την αγορά του. Αυτή η απάντηση ήταν δημοφιλής, άσχετα με την συχνότητα της αγοράς. Τέλος σημαντικό ήταν το στοιχείο πως οι συχνότεροι καταναλωτές κραγιόν κυμαίνονταν από 16-30 ετών, οι οποίοι υποστήριξαν πως αγοράζουν το προϊόν 6 ή περισσότερες φορές τον χρόνο.(Ogilvie)

Σε σχέση με το τι αντιπροσωπεύει η ελκυστικότητα, έρευνες ισχυρίζονται ότι οι κοινωνία πιστεύει πως οι ελκυστικότεροι άνθρωποι έχουν καλύτερες καριέρες, περισσότερες ευκαιρίες, κερδίζουν περισσότερα χρήματα και έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό κύρος από τους λιγότερο ελκυστικούς.

Αν συνοψιστούν όλα τα οφέλη που προσφέρει η ελκυστικότητα, στην καθημερινή ζωή, γίνεται απολύτως κατανοητός ο λόγος που οι άνθρωποι ακολουθούν πιστά, πολλές φορές, τα πρότυπα ομορφιάς της εκάστοτε εποχής και αφιερώνουν τόσο χρόνο και χρήματα για να εξασφαλίσουν την καλύτερη 'εκδοχή' του εαυτού τους.

3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Δείγμα.

Για την ολοκλήρωση του ερωτηματολογίου αυτής της πτυχιακής εργασίας, συμμετείχαν 20 νεαρές Ελληνίδες γυναίκες, φοιτήτριες των Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, ηλικίας 20-26 ετών, η επιλογή των οποίων έγινε τυχαία. Οι εθελόντριες φωτογραφήθηκαν κάτω από δύο συνθήκες

α) χωρίς καθόλου μακιγιάζ και β) με ολοκληρωμένο μακιγιάζ.

Οι εθελόντριες προετοιμάστηκαν (ντεμακιγιάζ) και ετοιμάστηκαν (μακιγιάζ) από φοιτήτριες του τέταρτου έτους του τμήματος Αισθητικής, και η διαδικασία έλαβε μέρος σε αίθουσα της σχολής κατά την διάρκεια διδασκαλίας του μαθήματος μακιγιάζ. Τα υλικά που χρησιμοποίησαν ,διατέθηκαν από την σχολή.

Οι φοιτήτριες του τμήματος Αισθητικής που ανέλαβαν το μακιγιάζ, ακολούθησαν την ίδια διαδικασία για όλες τις εθελόντριες.

Τα πρόσωπα καθαρίστηκαν με γαλάκτωμα ντεμακιγιάζ και τονωτική λοσιόν και ενυδατώθηκαν με κρέμα ημέρας. Κατόπιν η κάθε φοιτήτρια αισθητικός περιποιήθηκε κάθε εθελόντρια ξεχωριστά εφαρμόζοντας το μακιγιάζ με τέτοιο τρόπο ώστε να αυξήσει την ελκυστικότητα, λαμβάνοντας υπ' όψιν πως διαφορετικά χρώματα ταιριάζουν σε κάθε εθελόντρια.

Η κάθε εθελόντρια φωτογραφήθηκε ξεχωριστά πριν από την τοποθέτηση μακιγιάζ, με καθαρό πρόσωπο και κατόπιν φωτογραφήθηκε με ολοκληρωμένο μακιγιάζ. Κατά την διάρκεια της φωτογράφισης ζητήθηκε από τις εθελόντριες να έχουν ουδέτερη, φυσική έκφραση και να απομακρύνουν τα μαλλιά τους από το πρόσωπο, μαζεύοντας τα πίσω για να φαίνονται καθαρά τα χαρακτηριστικά τους και να μην επηρεαστούν οι ερωτηθέντες.

Εργαλεία μέτρησης.

Οι φωτογραφίες κρατήθηκαν και χωρίστηκαν σε είκοσι σετ των δύο φωτογραφιών, όπου το κάθε ένα αντιστοιχούσε σε μία εθελόντρια παρουσιάζοντας την στις δύο συνθήκες. Α) Με καθόλου και β) με ολοκληρωμένο μακιγιάζ.

Στην συνέχεια οι ερωτηθέντες έκριναν κάθε σετ φωτογραφιών διαδοχικά, βαθμολογώντας τα α) χρώμα δέρματος, δηλαδή την βελτίωση που ενδεχομένως, προσέφερε η χρωματισμένη βάση(make up) στην εμφάνιση του προσώπου.

β) σχήμα φρυδιών, δηλαδή την βελτίωση και εξισορρόπηση τυχόν ανομοιομορφιών που υπήρχαν τόσο στο σχήμα ή στο χρώμα των φρυδιών, σε σχέση με την πρωταρχική τους εμφάνιση.

γ) μακιγιάζ χειλιών ,δηλαδή την βελτίωση που ενδεχομένως προσέφερε η τοποθέτηση κραγιόν, η διόρθωση του σχήματος ή η μείωση τυχόν ατελειών, σε σχέση με την πρωταρχική τους εμφάνιση.

δ) μακιγιάζ παρειών, δηλαδή την βελτίωση του χρώματος στην συγκεκριμένη περιοχή, όσο και την επιτυχία σκίασης και ανάδειξης τους.

και ε) ολοκληρωμένο μακιγιάζ, δηλαδή την συνολική βελτίωση που ,ενδεχομένως, υπήρξε σε όλο το πρόσωπο, μετά την ολοκλήρωση της τοποθέτησης του μακιγιάζ.

Όλες οι παραπάνω ερωτήσεις βαθμολογήθηκαν σε μια κλίμακα τεσσάρων επιλογών 1) όχι καλό 2) καλό 3) πολύ καλό και 4) άριστο.

Τέλος ρωτήθηκε στους συμμετέχοντες ‘πιο χαρακτηριστικό επηρεάζει περισσότερο την ελκυστικότητα’, δηλαδή ποιο κατά την γνώμη τους ήταν εκείνο το χαρακτηριστικό, κατόπιν τοποθέτησης μακιγιάζ, που συνέβαλε περισσότερο στην ελκυστικότητα. Οι επιλογές ήταν οι εξής: 1) μάτια 2) χείλια 3)μάγουλα 4) ολοκληρωμένο μακιγιάζ και 5) κανένα

Η κάθε επιλογή μπορούσε να χρησιμοποιηθεί μόνο μία φορά.

Η φωτογράφιση πραγματοποιήθηκε με απλή ψηφιακή μηχανή, μάρκας Olympus FE240 κάτω από συνθήκες ηλιακού και τεχνητού φωτός.

Διαδικασία.

Αυτή η μελέτη πραγματοποιήθηκε για να μετρήσει την επίδραση των καλλυντικών προϊόντων στην ελκυστικότητα. Φυσικά δεν θα μπορούσε να μην ληφθεί υπόψη ότι η ελκυστικότητα της κάθε εθελόντριας, δηλαδή η ομορφιά της μπορούσε να λειτουργήσει σαν ακαθόριστη μεταβλητή. Για παράδειγμα, το μακιγιάζ των γοητευτικότερων εθελοντριών ενδέχεται να βαθμολογήθηκε υψηλότερα, σε σχέση με αυτό των λιγότερο ελκυστικών.

Οι συμμετέχοντες βοήθησαν στην διεκπεραίωση την έρευνα απαντώντας και έναν αριθμό από προσωπικές ερωτήσεις, συμπεριλαμβανομένων της ηλικίας ,του μορφωτικού επιπέδου και τον τόπο διαμονής τους. Οι συμμετέχοντες στο σύνολό τους ήταν 80 άτομα, ηλικίας από 14-60 ετών. Από αυτούς, 37 ήταν άντρες και 43 ήταν γυναίκες με μέσο όρο ηλικίας 25,78 και 30,30 αντίστοιχα.

Η σειρά παρουσίασης των φωτογραφιών ήταν πάντα η ίδια για κάθε συμμετέχοντα .ώστε να μην υπάρξει υπόνοια θετική ή αρνητικής επιρροής ή απόκλιση.

Στα αποτελέσματα της έρευνας δεν συμπεριλήφθηκαν οι απαντήσεις αυτών που α) αρχικά δέχτηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο αλλά εν τέλει δεν το ολοκλήρωσαν β)αυτοί που προϋδεάστηκαν από τις φωτογραφίες πριν δουν τις ερωτήσεις. Πρέπει να σημειωθεί πως μερικοί ερωτηθέντες σχολίασαν αρνητικά το μέγεθος του ερωτηματολογίου και ότι οι γυναίκες ήταν προθυμότερες να συμμετέχουν στην έρευνα και να συνεργαστούν από ότι οι άντρες.

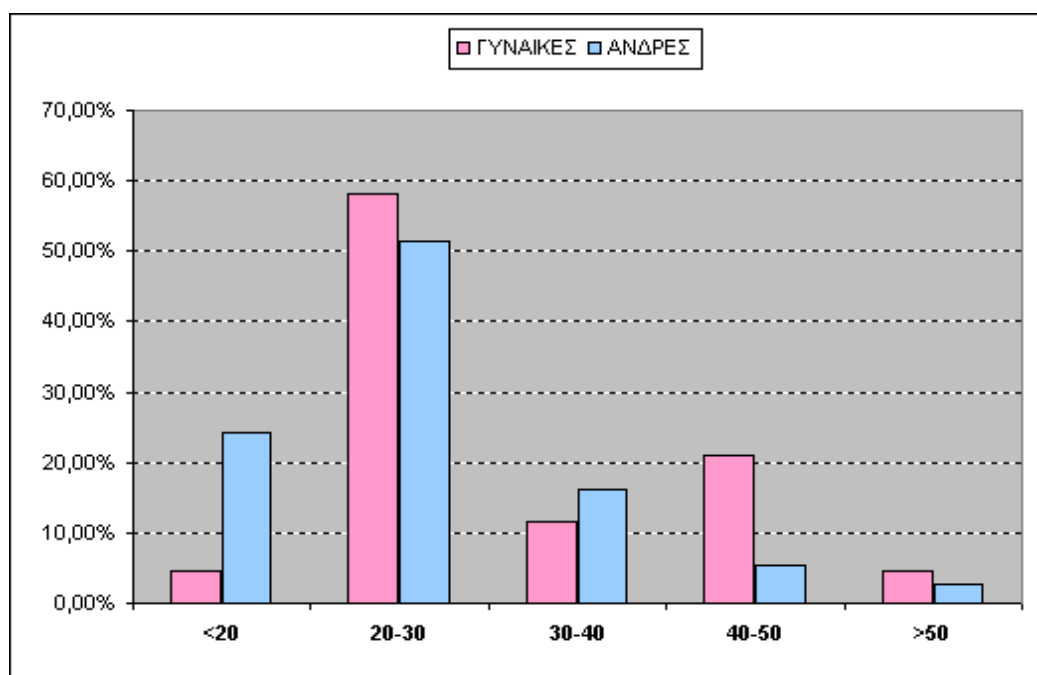
4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι απεικονίσεις των αξιολογήσεων του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκαν με το πρόγραμμα Microsoft Excel. Παρακάτω παρουσιάζονται προσωπικά στοιχεία των ερωτηθέντων καθώς και οι αξιολογήσεις τους, χωρισμένες σε δύο ομάδες: 1) άντρες-γυναίκες και 2) σύνολο.

Πίνακας 1

	ΗΛΙΚΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ					ΣΥΝΟΛΟ
	<20	20-30	30-40	40-50	>50	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	2	25	5	9	2	43
ΑΝΔΡΕΣ	9	19	6	2	1	37
ΣΥΝΟΛΟ	11	44	11	11	3	80
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	4,65%	58,14%	11,63%	20,93%	4,65%	53,75%
ΑΝΔΡΕΣ	24,32%	51,35%	16,22%	5,41%	2,70%	46,25%
ΣΥΝΟΛΟ	13,75%	55,00%	13,75%	13,75%	3,75%	100,00%

Σχήμα 1

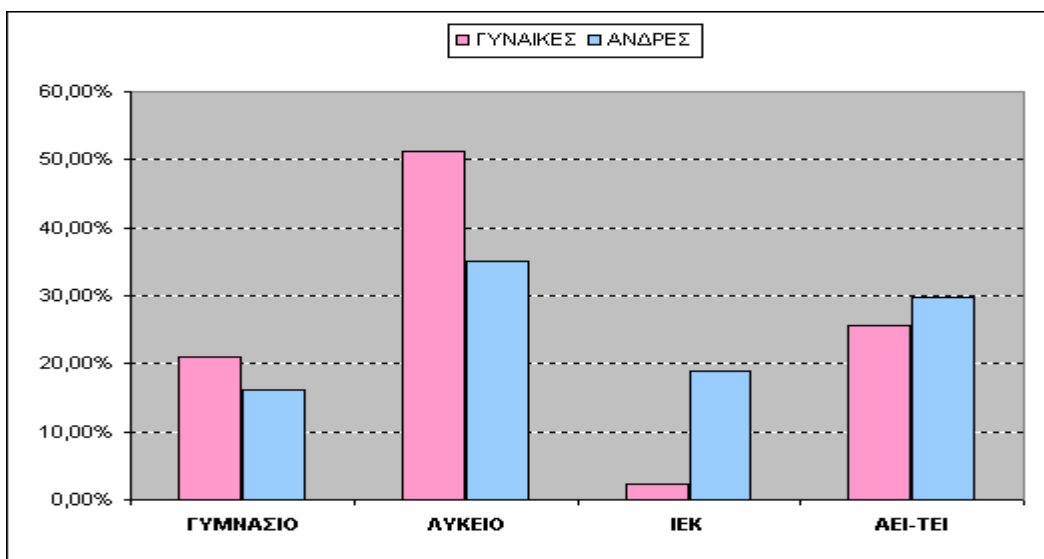


Από τους συμμετέχοντες που έλαβαν μέρος, η πλειοψηφία των γυναικών ήταν μεγαλύτερη ηλικιακά από τους άντρες.

Πίνακας 2

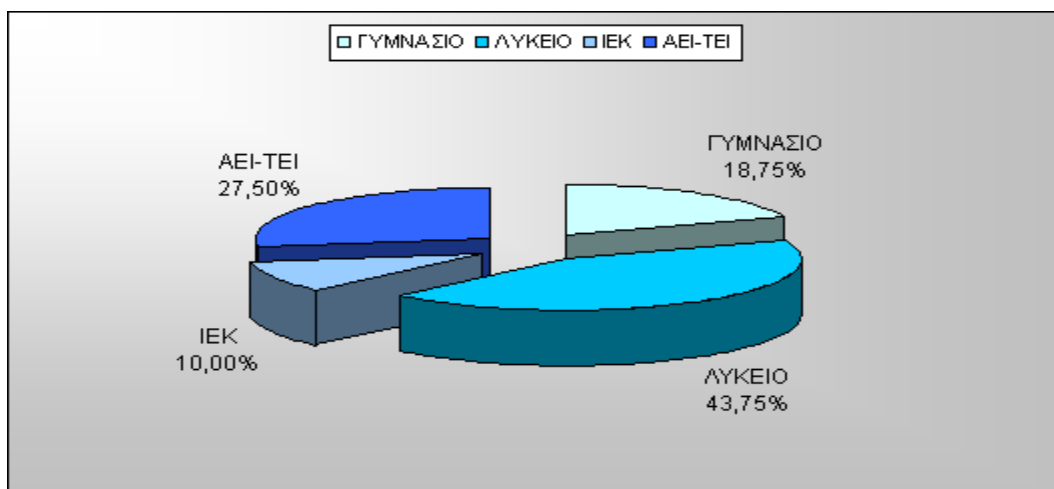
	ΜΟΡΦΩΣΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ				ΣΥΝΟΛΟ
	ΓΥΜΝΑΣΙΟ	ΛΥΚΕΙΟ	ΙΕΚ	ΑΕΙ-ΤΕΙ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	9	22	1	11	43
ΑΝΔΡΕΣ	6	13	7	11	37
ΣΥΝΟΛΟ	15	35	8	22	80
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	20,93%	51,16%	2,33%	25,58%	53,75%
ΑΝΔΡΕΣ	16,22%	35,14%	18,92%	29,73%	46,25%
ΣΥΝΟΛΟ	18,75%	43,75%	10,00%	27,50%	100,00%

Σχήμα 2(α)



Σχήμα 2(β)

ΜΟΡΦΩΣΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

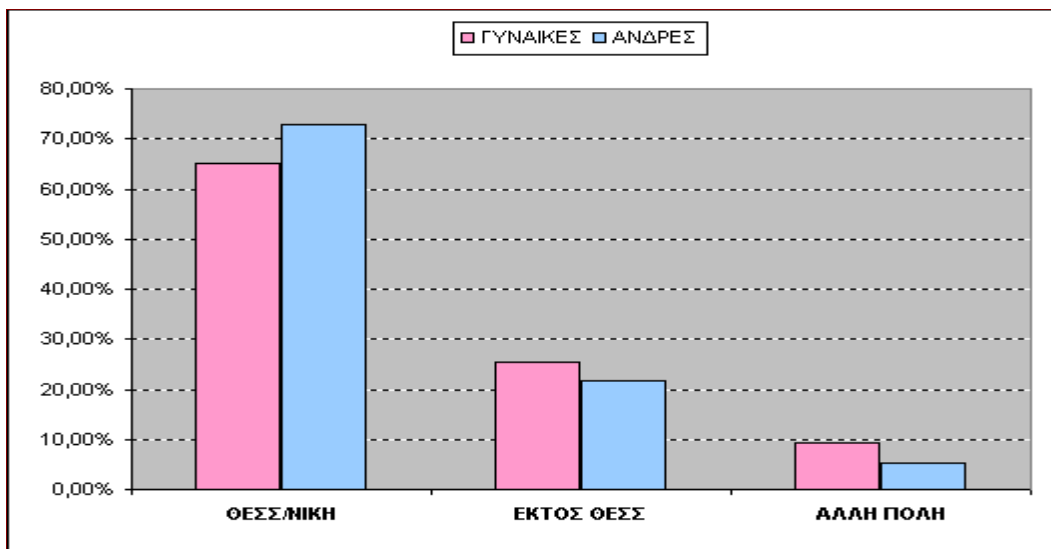


Οι περισσότεροι των ερωτηθέντων (43,75%) ήταν απόφοιτοι Λυκείου, αρκετοί (27,50%) απόφοιτοι Α.Ε.Ι.-Τ.Ε.Ι. και λίγοι (10%) απόφοιτοι Ι.Ε.Κ.

Πίνακας 3

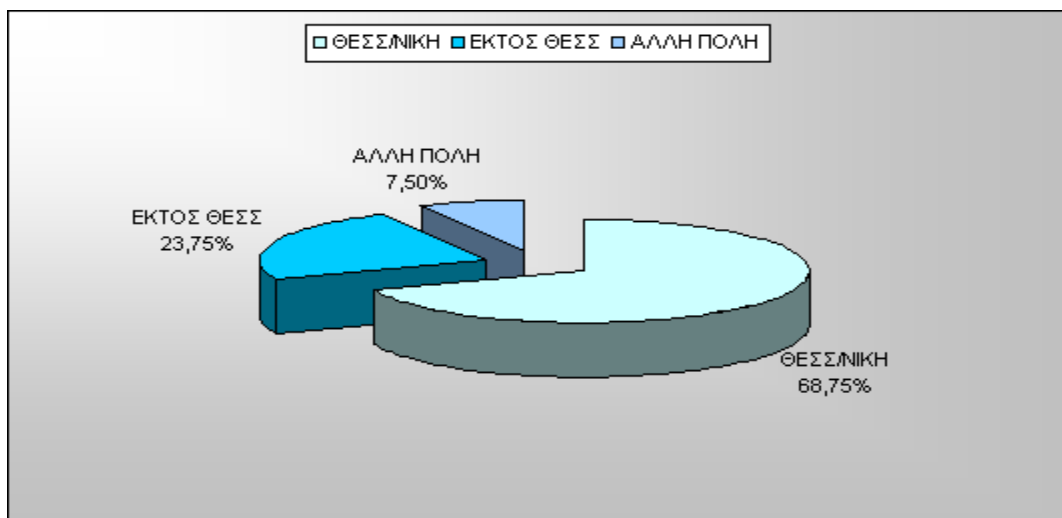
	ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ			ΣΥΝΟΛΟ
	ΘΕΣΣ/ΝΙΚΗ	ΕΚΤΟΣ ΘΕΣΣ	ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	28	11	4	43
ΑΝΔΡΕΣ	27	8	2	37
ΣΥΝΟΛΟ	55	19	6	80
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	65,12%	25,58%	9,30%	53,75%
ΑΝΔΡΕΣ	72,97%	21,62%	5,41%	46,25%
ΣΥΝΟΛΟ	68,75%	23,75%	7,50%	100,00%

Σχήμα 3(α)



Σχήμα 3(β)

ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

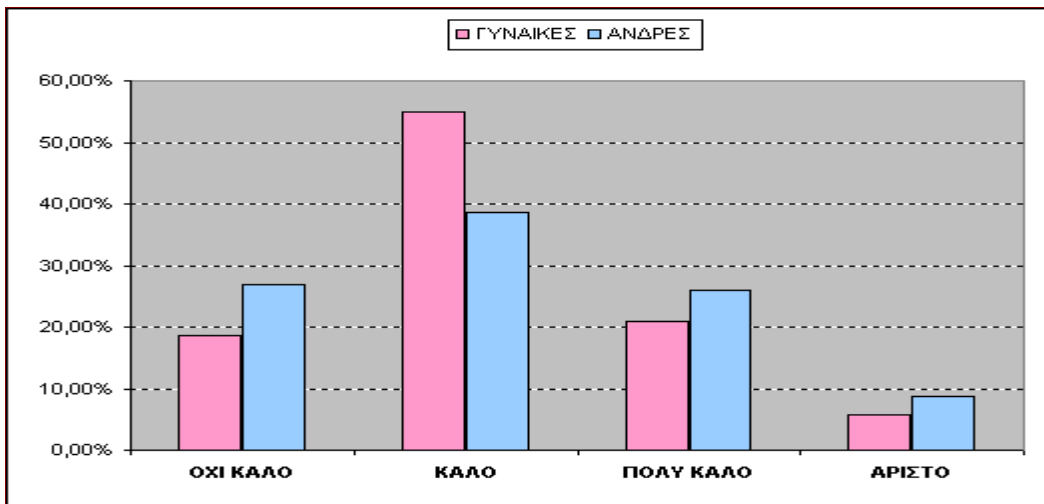


Οι περισσότεροι ερωτηθέντες(68,75%) ήταν κάτοικοι Θεσσαλονίκης, και λιγότεροι (23,75%) εκτός πόλης.

Πίνακας 4

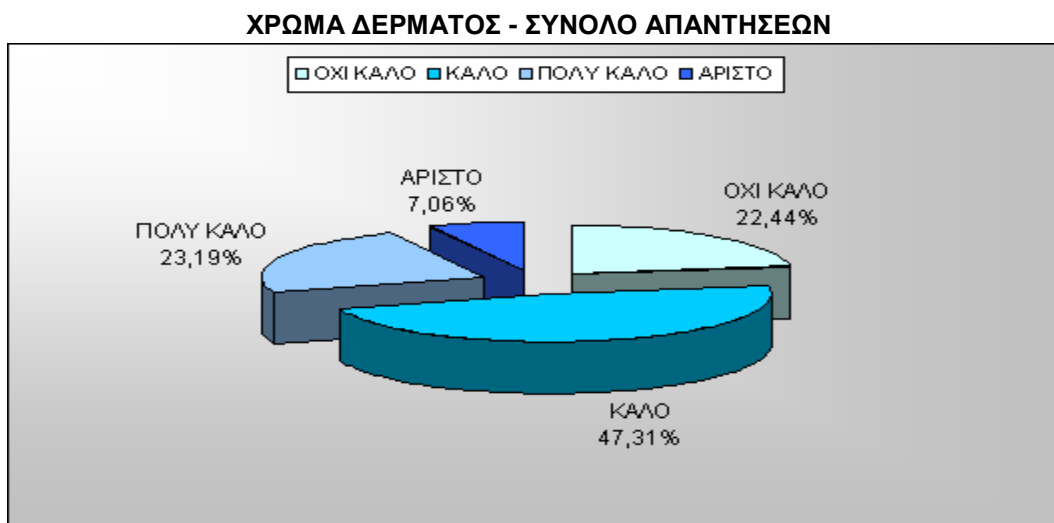
	ΧΡΩΜΑ ΔΕΡΜΑΤΟΣ				ΣΥΝΟΛΟ
	ΟΧΙ ΚΑΛΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	160	472	179	49	860
ΑΝΔΡΕΣ	199	285	192	64	740
ΣΥΝΟΛΟ	359	757	371	113	1600
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	18,60%	54,88%	20,81%	5,70%	100,00%
ΑΝΔΡΕΣ	26,89%	38,51%	25,95%	8,65%	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ	22,44%	47,31%	23,19%	7,06%	100,00%

Σχήμα 4(α)



Στις κατηγορίες “πολύ καλό” και “άριστο” οι απόψεις των δύο φύλων ταυτίστηκαν περισσότερο από ότι στην κατηγορία “καλό”.

Σχήμα 4(β)

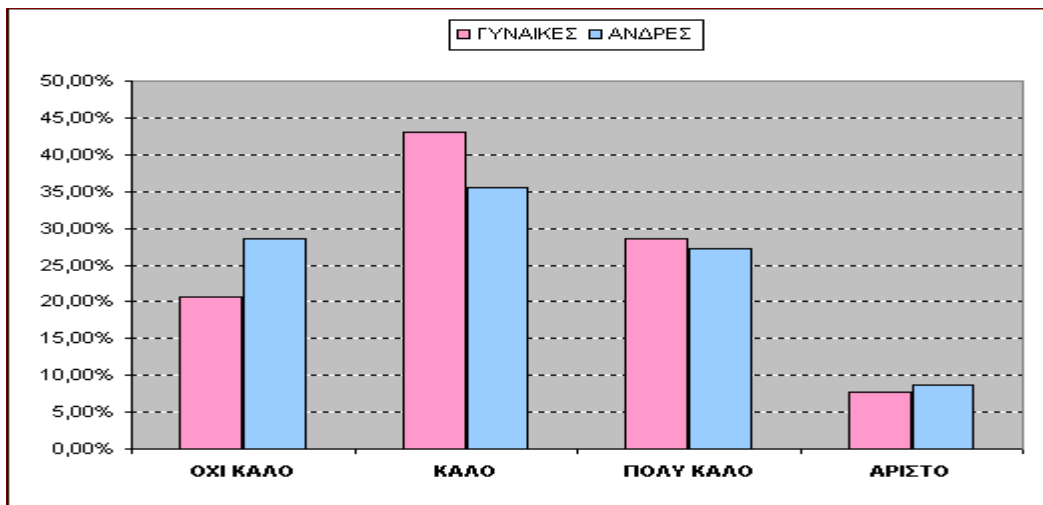


Ενώ το 47,31% θεώρησε πως η βελτίωση στο χρώμα του δέρματος ήταν καλή, μόνο το 7,06 την βαθμολόγησε “άριστη”

Πίνακας 5

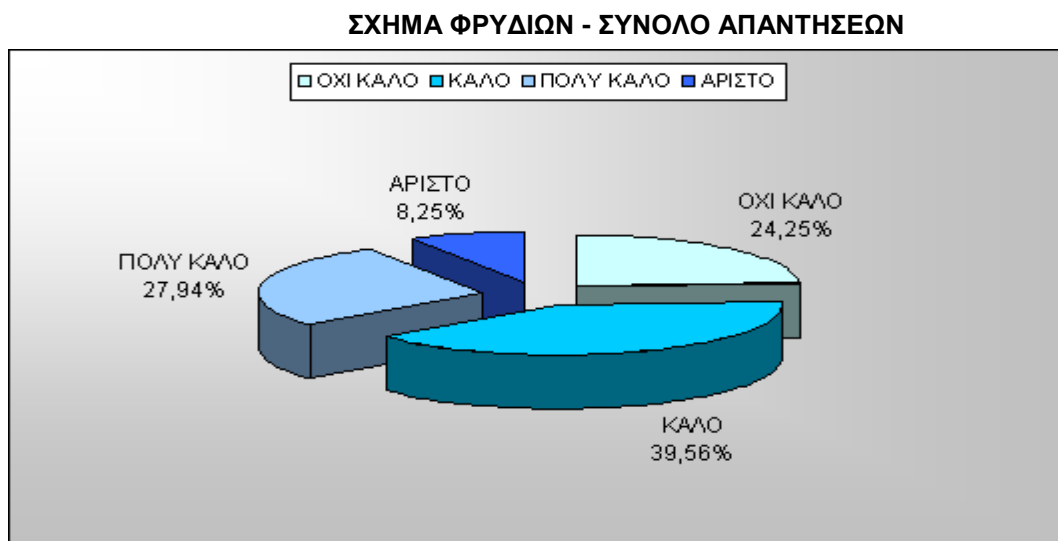
	ΣΧΗΜΑ ΦΡΥΔΙΩΝ				ΣΥΝΟΛΟ
	ΟΧΙ ΚΑΛΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	177	370	246	67	860
ΑΝΔΡΕΣ	211	263	201	65	740
ΣΥΝΟΛΟ	388	633	447	132	1600
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	20,58%	43,02%	28,60%	7,79%	100,00%
ΑΝΔΡΕΣ	28,51%	35,54%	27,16%	8,78%	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ	24,25%	39,56%	27,94%	8,25%	100,00%

Σχήμα 5(α)



Η θετική αξιολόγηση στην βελτίωση του σχήματος φρυδιών ήταν ικανοποιητική, με υψηλά τα ποσοστά του “καλού” και “πολύ καλού”.

Σχήμα 5(β)

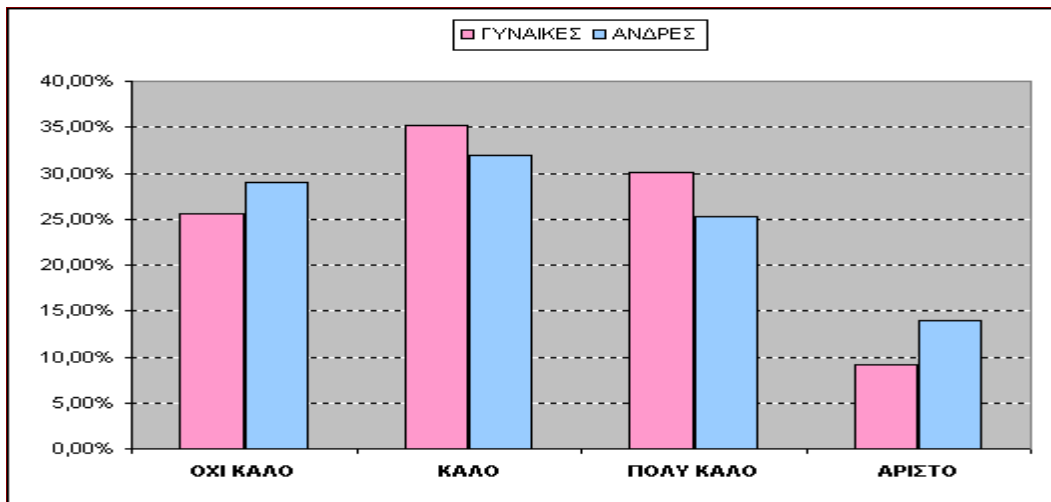


Πολύ κοντινές βαθμολογίες παρουσίασαν οι κατηγορίες “όχι καλό” και “πολύ καλό” με 24,25% και 27,34% αντίστοιχα.

Πίνακας 6

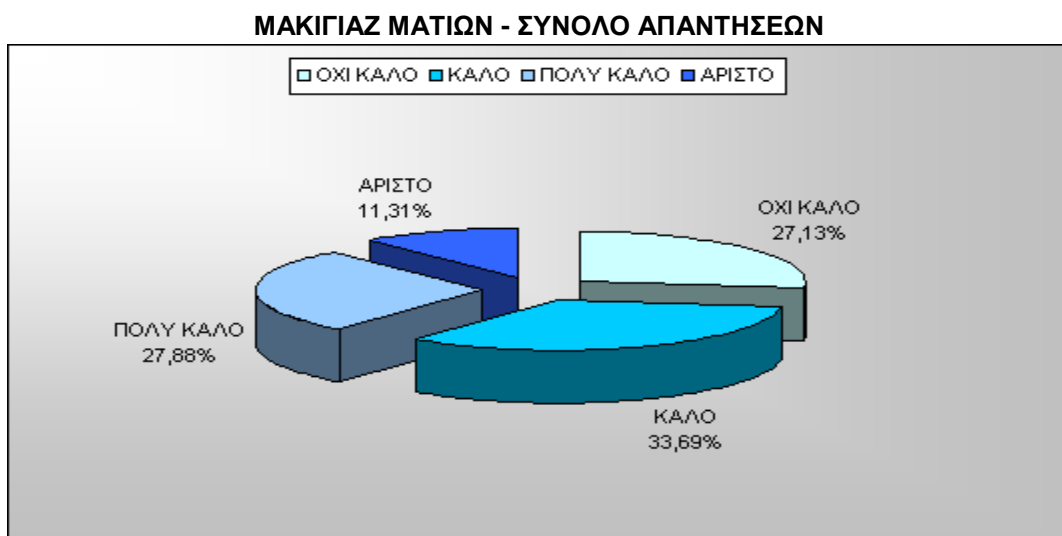
	ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΜΑΤΙΩΝ				ΣΥΝΟΛΟ
	ΟΧΙ ΚΑΛΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	220	303	259	78	860
ΑΝΔΡΕΣ	214	236	187	103	740
ΣΥΝΟΛΟ	434	539	446	181	1600
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	25,58%	35,23%	30,12%	9,07%	100,00%
ΑΝΔΡΕΣ	28,92%	31,89%	25,27%	13,92%	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ	27,13%	33,69%	27,88%	11,31%	100,00%

Σχήμα 6(α)



Στην αξιολόγηση του μακιγιάζ ματιών, η γνώμη των δύο φύλων δεν ταυτίστηκε. Οι γυναίκες φάνηκε πως έκριναν με μεγαλύτερη επιείκεια σχετικά με τους άντρες.

Σχήμα 6(β)

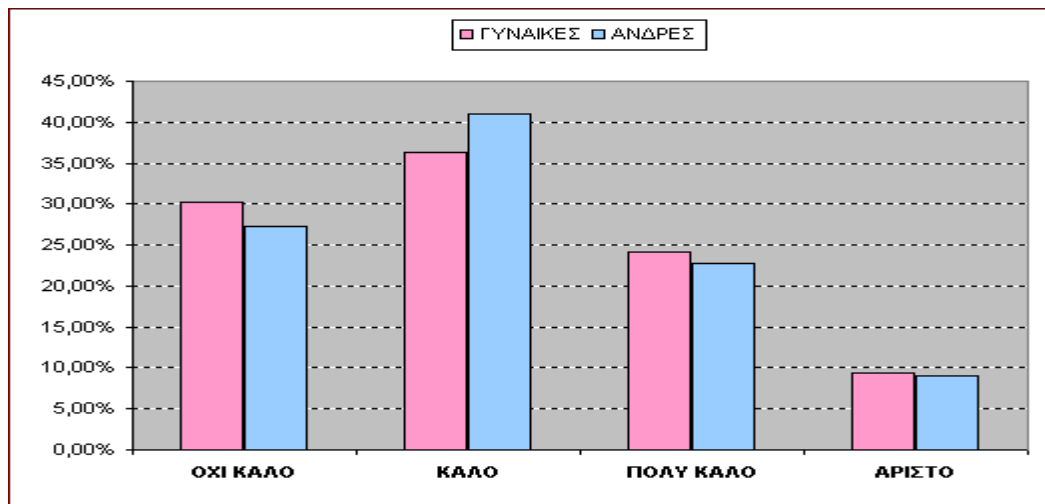


Τα ποσοστά μεταξύ των κατηγοριών “όχι καλό”, “πολύ καλό” και “καλό” μοιράστηκαν σχεδόν ισόποσα με 27,13%, 33,69% και 27,88% αντίστοιχα.

Πίνακας 7

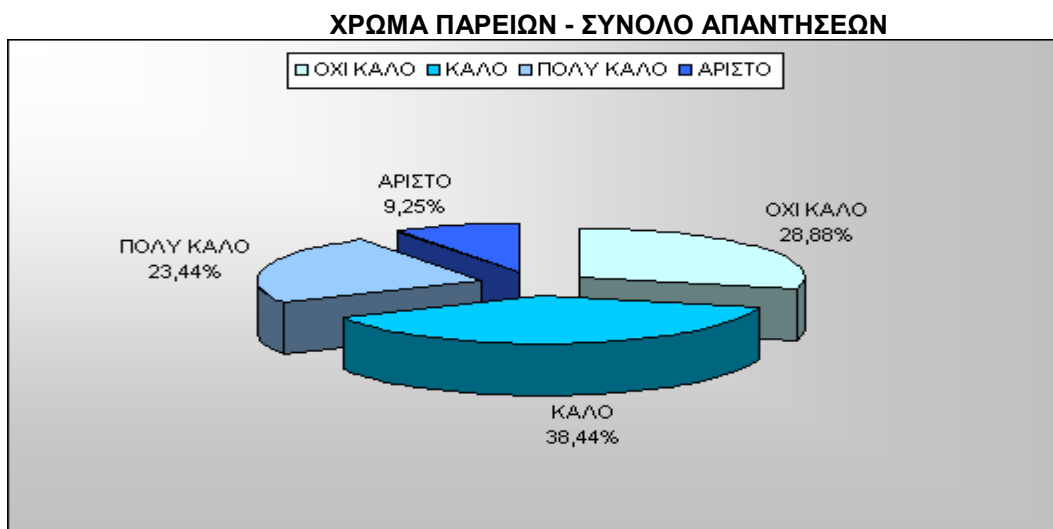
	ΧΡΩΜΑ ΠΑΡΕΙΩΝ				ΣΥΝΟΛΟ
	ΟΧΙ ΚΑΛΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	260	312	207	81	860
ΑΝΔΡΕΣ	202	303	168	67	740
ΣΥΝΟΛΟ	462	615	375	148	1600
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	30,23%	36,28%	24,07%	9,42%	100,00%
ΑΝΔΡΕΣ	27,30%	40,95%	22,70%	9,05%	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ	28,88%	38,44%	23,44%	9,25%	100,00%

Σχήμα 7(α)



Η άποψη αντρών και γυναικών σε αυτήν την περίπτωση συνέπεσε περισσότερο από κάθε άλλη αξιολόγηση της έρευνας.

Σχήμα 7(β)

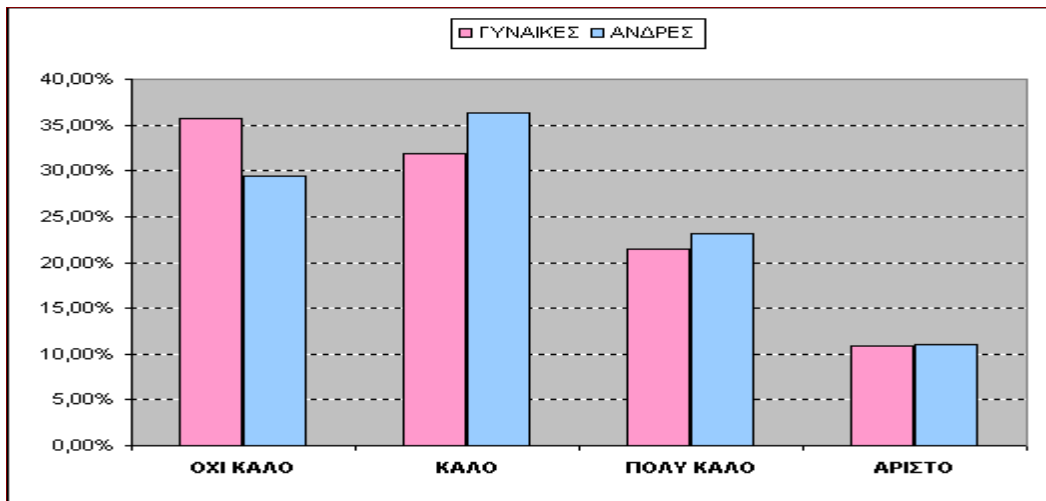


Η τιμή του "όχι καλό"(28,88%) ξεπέρασε το "πολύ καλό"(23,44%), ενώ παράλληλα βρέθηκε 10 μονάδες κάτω από την κατηγορία "καλό".

Πίνακας 8

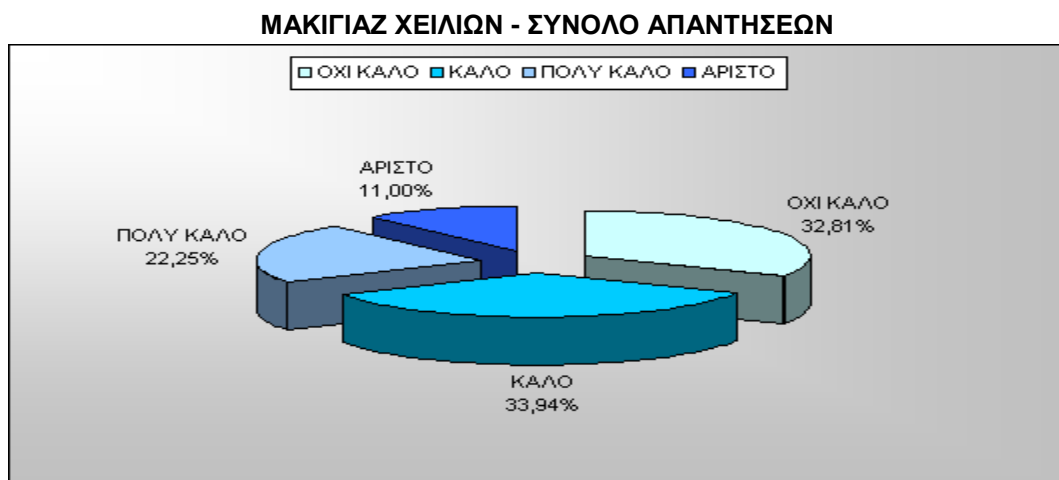
	ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΧΕΙΛΙΩΝ				ΣΥΝΟΛΟ
	ΟΧΙ ΚΑΛΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	307	274	185	94	860
ΑΝΔΡΕΣ	218	269	171	82	740
ΣΥΝΟΛΟ	525	543	356	176	1600
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	35,70%	31,86%	21,51%	10,93%	100,00%
ΑΝΔΡΕΣ	29,46%	36,35%	23,11%	11,08%	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ	32,81%	33,94%	22,25%	11,00%	100,00%

Σχήμα 8(α)



Σε αντίθεση με την προηγούμενη περίπτωση, στην αξιολόγηση του μακιγιάζ χειλιών, οι γυναίκες παρουσιάστηκαν πιο απαιτητικές για καλύτερα αποτελέσματα από ότι οι άντρες.

Σχήμα 8(β)

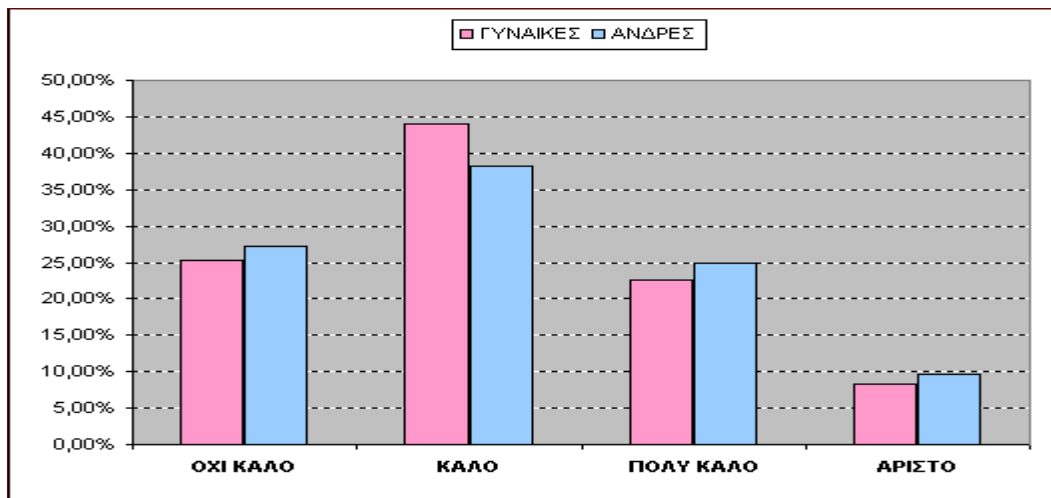


Τα ποσοστά του "όχι καλό"(32,81%) και του "καλό"(33,94%) κυμάνθηκαν στα ίδια επίπεδα, ενώ το "άριστο" ψηφίστηκε μόνο από το 11% των συνολικών ερωτηθέντων.

Πίνακας 9

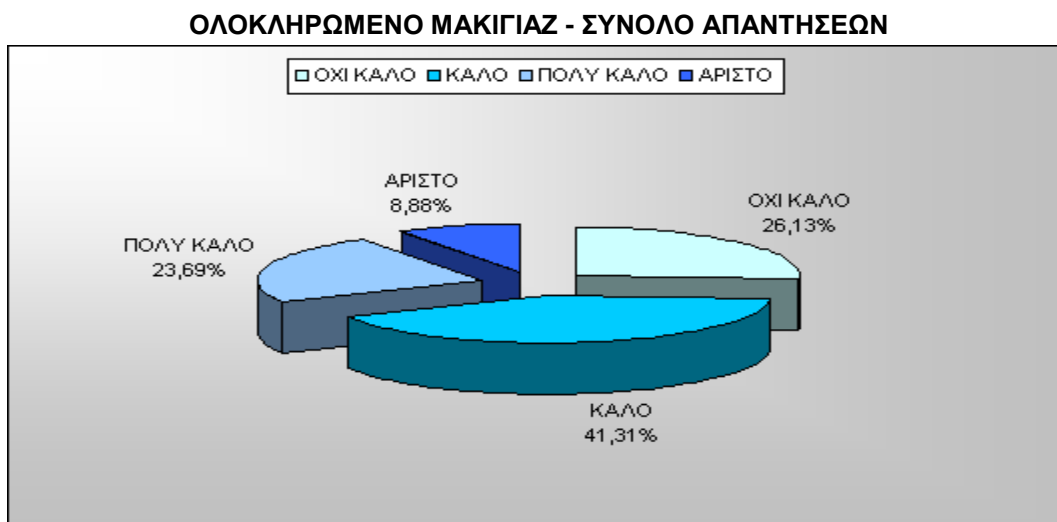
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ				ΣΥΝΟΛΟ
	ΟΧΙ ΚΑΛΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	217	378	194	71	860
ΑΝΔΡΕΣ	201	283	185	71	740
ΣΥΝΟΛΟ	418	661	379	142	1600
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	25,23%	43,95%	22,56%	8,26%	100,00%
ΑΝΔΡΕΣ	27,16%	38,24%	25,00%	9,59%	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ	26,13%	41,31%	23,69%	8,88%	100,00%

Σχήμα 9(α)



Οι αξιολογήσεις των δύο φύλων πλησίασαν αρκετά στην περίπτωση του ολοκληρωμένου μακιγιάζ.

Σχήμα 9(β)

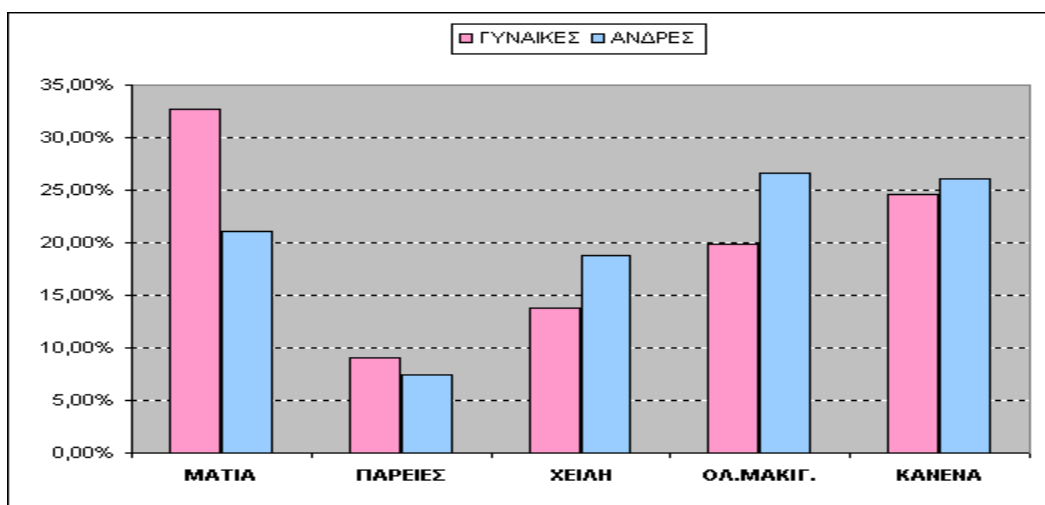


Οι τιμές του "όχι καλό"(26,13%) και "πολύ καλό"(23,69%) πλησίασαν πολύ, μεταξύ τους, όμως και τα δύο απέχουν αρκετά από το ποσοστό του "καλό"(41,31%).

Πίνακας 10

	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ					ΣΥΝΟΛΟ
	ΜΑΤΙΑ	ΠΑΡΕΙΕΣ	ΧΕΙΛΗ	ΟΛ.ΜΑΚΙΓ.	ΚΑΝΕΝΑ	
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	281	78	118	171	212	860
ΑΝΔΡΕΣ	156	55	139	197	193	740
ΣΥΝΟΛΟ	437	133	257	368	405	1600
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	32,67%	9,07%	13,72%	19,88%	24,65%	100,00%
ΑΝΔΡΕΣ	21,08%	7,43%	18,78%	26,62%	26,08%	100,00%
ΣΥΝΟΛΟ	27,31%	8,31%	16,06%	23,00%	25,31%	100,00%

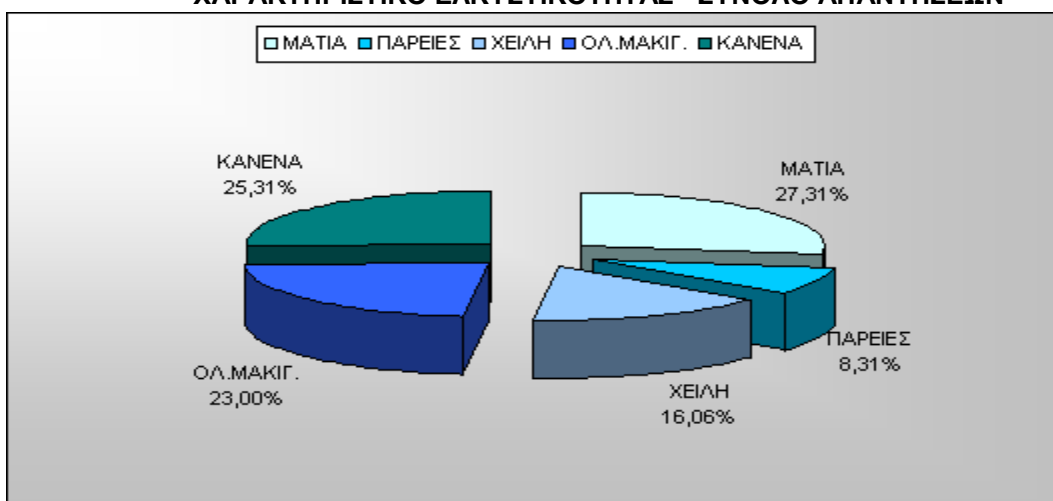
Σχήμα 10(α)



Οι άντρες και οι γυναίκες που ερωτήθηκαν, συμφώνησαν σε όλες τις επιλογές με εξαίρεση αυτή των ματιών.

Σχήμα 10(β)

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ - ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ



Το 27,31% των συνολικών ερωτηθέντων έκρινε τα μάτια ως σημαντικότερο παράγοντα συμβολής στην ελκυστικότητα του προσώπου. Παρόλα αυτά, αρκετά υψηλό ποσοστό(25,31%) θεώρησε πως καμία μεταβλητή δεν συνέβαλε στην ελκυστικότητα.

Το μακιγιάζ σε αρκετές περιπτώσεις εξασφάλισε την πολυπόθητη βελτίωση, όμως σε κάποιες άλλες είχε ακριβώς το αντίθετο αποτέλεσμα. Αυτό δεν οφείλεται στα χαρακτηριστικά των προσώπων, φυσικά, αλλά πιθανών στην λάθος τοποθέτηση ή στην λάθος επιλογή των καλλυντικών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτέλεσε η αξιολόγηση του μακιγιάζ χειλιών [Σχήμα 8(α) και 8(β)] που ψηφίστηκε αρκετά αρνητικά.

Αντιθέτως, ένα δευτερεύον χαρακτηριστικό του προσώπου, όπως οι παρειές παρουσίασαν υψηλή αξιολόγηση. Ενδεχομένως η προσπάθεια να τονιστούν τα πρωτεύοντα χαρακτηριστικά(μάτια, χείλη) κατέληξε ίσως στο να δημιουργηθεί ένα εξεζητημένο, υπερβολικό αποτέλεσμα, με το οποίο οι γυναίκες είναι πιο εξοικειωμένες(λόγω καθημερινού καλλωπισμού) από ότι οι άντρες. Αυτό φαίνεται στην ξεχωριστή αξιολόγηση των δύο φύλων [πίνακες 3(α) και 5(α)].

Συμπερασματικά, αν τονιζόταν υπερβολικά κάποιο ελκυστικό χαρακτηριστικό σε ένα πρόσωπο ,θα δημιουργούνταν ασυμμετρία και ασυμφωνία.

Το σημείο στο οποίο τα δύο φύλα διαφωνούν φαίνεται να είναι η φυσικότητα των χρωμάτων που χρησιμοποιούνται στο μακιγιάζ.

Σε κάθε συμμετέχοντα είχαν ταξινομηθεί τέσσερις βαθμολογίες για τις έξι πρώτες ερωτήσεις σε σχέση με το κάθε χαρακτηριστικό του προσώπου ξεχωριστά και πέντε βαθμολογίες για την έβδομη ερώτηση σε σχέση με το πιο χαρακτηριστικό είναι το πιο ελκυστικό μετά την εφαρμογή μακιγιάζ.

Οι τελικές βαθμολογίες δείχνουν ότι, κατά μέσο όρο, οι άνδρες και οι γυναίκες θεωρούν ότι το ολοκληρωμένο μακιγιάζ που εφαρμόστηκε των εθελοντών ήταν καλό.

Παρόλα αυτά, τα τελικά αποτελέσματα έδειξαν ότι και οι άνδρες και οι γυναίκες θεώρησαν πώς το ολοκληρωμένο μακιγιάζ συμβάλει ελάχιστα στην βελτίωση της ελκυστικότητας του προσώπου. Αυτό φαίνεται από το γεγονός, ότι τα ποσοστά της υψηλότερης βαθμολογίας του ήταν πολύ μικρά.

Για τους άνδρες το μεγαλύτερο ποσοστό το έχει το χρώμα των παρειών δίνοντας την βαθμολογία “καλό”. Ενώ στις γυναίκες το μεγαλύτερο ποσοστό δίνεται στο χρώμα του δέρματος στην ίδια βαθμολογία.

Εντύπωση παρουσιάζει ότι και στους άνδρες αλλά και στις γυναίκες το μικρότερο ποσοστό δόθηκε στο χρώμα του δέρματος στην βαθμολογία “άριστο”.

Το χρώμα των χειλιών δεν ικανοποίησε κανένα από τα δύο φύλα και αυτό φαίνεται στην βαθμολογία “άριστα” τα ποσοστά είναι πολύ χαμηλά με 11,11% στους άντρες και 10,93 στις γυναίκες. Ενώ το 36,39% των ανδρών το θεωρούν “καλό” και το 35,70% των γυναικών “όχι καλό”.

Επίσης εκπλήσσει το γεγονός ότι και στο χρώμα παρειών, η γνώμη των ανδρών και των γυναικών συμβάδισε αφού το 9,17% των ανδρών και 9,92 των γυναικών θεώρησαν ότι είναι ‘άριστο’. Ποσοστό πολύ μικρό, παρόλο που στο συγκεκριμένο υλικό χρησιμοποιείται για να τονίσει τα ζυγωματικά, και χωρίς αυτό δεν μπορεί να υπάρξει ολοκληρωμένο μακιγιάζ.

Το χρώμα του δέρματος φαίνεται ότι κέρδισε σε ένα ικανοποιητικό βαθμό τις γυναίκες συμμετέχουσες αφού σχεδόν οι μισές από αυτές (54,89%) θεώρησαν ότι ήταν ‘καλό’. Αυτό μας δείχνει ότι οι γυναίκες επειδή έχουν καλύτερη επαφή με το μακιγιάζ από τους άντρες λαμβάνουν περισσότερο υπ’ όψιν το χρώμα δέρματος, πράγμα που φαίνεται ότι δεν απασχολεί ιδιαίτερα τους άντρες. Αυτό βέβαια είναι πολύ λογικό αφού η κάλυψη τυχών ατελειών του προσώπου είναι ίσως και το σημαντικότερο στάδιο σε όλη την διαδικασία του μακιγιάζ. Όμως στην συγκεκριμένη κατηγορία αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο το 5,7 % των γυναικών το θεώρησαν “άριστο”. Αυτό σημαίνει ότι οι γυναίκες απαιτούν πλέον καλύτερη κάλυψη και καλύτερα αποτελέσματα.

Στο σχήμα των φρυδιών τα ποσοστά συμπίπτουν στην κατηγορία του ‘καλού’. Αφού οι γυναίκες αγγίζουν το 43,02% ενώ οι άντρες το 35,28%. Ποσοστά που μας δείχνουν ότι χρειάζεται περισσότερη προσπάθεια για να έχουμε ένα τέλειο αποτέλεσμα, εφόσον τα φρύδια θεωρούνται στην αισθητική “ η κορνίζα του προσώπου”. Πράγμα που σημαίνει ότι αν δεν υπάρχει έστω “πολύ καλό”, αν όχι “άριστο” σχήμα φρυδιών δεν γίνεται να έχουμε το αντίστοιχο αποτέλεσμα στο μακιγιάζ ματιών, που θεωρείται η βάση του μακιγιάζ. Αυτό δεν συμβαίνει σε αυτήν την ανάλυση, αφού τα ποσοστά στην βαθμολογία ‘άριστο’ είναι 7,79% για τις γυναίκες και 8,83% για τους άντρες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το μεγαλύτερο ποσοστό για όλες τις κατηγορίες στην βαθμολογία “άριστο” δόθηκε από τους άντρες στο μακιγιάζ ματιών (14,17%). Αριθμός ο οποίος μπορεί να μην ήταν ο επιθυμητός όμως προκάλεσε εντύπωση διότι συγκέντρωσε το μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με όλες τις υπόλοιπες ερωτήσεις.

Μια άλλη άποψη για το μακιγιάζ ματιών είναι πως οι γυναίκες το ψήφισαν ως “καλό” με 35,23% ενώ οι άντρες με 31,53% γεγονός που δεν ήταν ικανοποιητικό, διότι το μακιγιάζ ματιών αναδεικνύει το σημαντικότερο, για πολλούς, χαρακτηριστικό του προσώπου. Γι’ αυτό τον λόγο οι γυναίκες δίνουν εξαιρετική έμφαση σε αυτό.

Πολλές γυναίκες τονίζουν τα μάτια τους είτε με έντονες και σκούρες σκιές είτε με έντονο περίγραμμα. Σε όλες τις περιπτώσεις το μακιγιάζ ματιών θεωρείται ένα βασικό στοιχείο. Εξάλλου αυτό αποδεικνύεται και από τον χρόνο που αφιερώνεται σε αυτό σε σχέση με το μακιγιάζ των υπόλοιπων χαρακτηριστικών του προσώπου. Αυτό εξηγεί τα ποσοστά της συγκεκριμένης ανάλυσης, και γίνεται κατανοητό πως δύσκολα θα μπορούσε να κατέχει μεγαλύτερο ποσοστό στην βαθμολογία “άριστο”.

Ο πρωταγωνιστής, ανεξάρτητα από κάθε χαρακτηριστικό ήταν το ολοκληρωμένο μακιγιάζ, που ήταν και η αμέσως επόμενη επιλογή, των γυναικών, μετά το χρώμα δέρματος με 43,95% στη κατηγορία “καλό”. Αποτέλεσμα που για ακόμη μία φορά δεν ήταν το αναμενόμενο, εφόσον το ολοκληρωμένο μακιγιάζ παρουσιάζει την ολοκληρωμένη εικόνα ενός περιποιημένου προσώπου και όχι κάθε χαρακτηριστικό ξεχωριστά. Έτσι θα μπορούσε ενδεχομένως να δοθεί μεγαλύτερη βαθμολογία ως προς το σύνολο του προσώπου. Το 37,92% των αντρών το βαθμολόγησαν ως “καλό”.

Το ολοκληρωμένο μακιγιάζ είναι το τελικό στάδιο, στο οποίο εφόσον πραγματοποιηθεί η όλη διαδικασία, είναι δυνατό να εντοπιστούν τυχόν λάθη ή παραλήψεις που προέκυψαν και να διορθωθούν προσφέροντας ακόμα καλύτερο αποτέλεσμα.

Εντυπωσιακό ήταν το ποσοστό που παρουσιάστηκε στις απαντήσεις των συμμετεχόντων σε σχέση με το πιο χαρακτηριστικό συμβάλει περισσότερο στην ελκυστικότητα.

Το 26,25% των αντρών και το 24,65% των γυναικών απάντησε “κανένα”. Παρόλα αυτά το 32,67% των γυναικών, που είναι ένα ικανοποιητικό ποσοστό, πίστευαν ότι το ελκυστικότερο χαρακτηριστικό είναι τα μάτια. Ενώ αντίστοιχα στους άντρες το ολοκληρωμένο μακιγιάζ, με 26,67% έπαιξε μεγαλύτερο ρόλο στην γενική εικόνα της ελκυστικότητας. Από όλα τα παραπάνω γίνεται κατανοητό πως οι απόψεις των δύο φύλων δεν συμπίπτουν ως προς το πιο χαρακτηριστικό παίζει τον σημαντικότερο ρόλο.

Αποδεικνύεται πόσο μεγάλη σημασία δίνουν οι γυναίκες στο μακιγιάζ των ματιών, ενώ αντίθετα οι άντρες στην ολοκληρωμένη όψη του προσώπου.

Αξίζει να σημειωθεί πως η δεύτερη δημοφιλέστερη απάντηση των αντρών ήταν το μακιγιάζ ματιών με 20,64%

Το 19,88% των γυναικών ψήφισε το ολοκληρωμένο μακιγιάζ ως τον ελκυστικότερο παράγοντα, γεγονός που δείχνει την απόκλιση των δύο φύλων.

Όσο αφορά τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά, όπως τα χείλη, το 18,89% των αντρών και 13,72% των γυναικών μόνο θεώρησαν πως επηρεάζουν την ελκυστικότητα.

Από τους αριθμούς των ποσοστών φαίνεται πως και τα δύο φύλα δεν θεωρούν εξέχουσας σημασίας το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό του προσώπου, παρόλο που κατά γενική ομολογία θεωρείται από τα σημαντικότερα στοιχεία.

Τέλος, το χρώμα στα μάγουλα αποδείχτηκε το πιο αδύναμο στοιχείο σε σχέση με όλα τα παραπάνω, αφού μόνο το 9,07% των γυναικών και 7,50% των αντρών να το ψηφίζουν ως το ελκυστικότερο. Γεγονός που δείχνει πως το χρώμα των παρειών δεν συνεισφέρει ιδιαίτερα στην ελκυστικότητα του προσώπου, και ούτε από μόνο του στέκεται ικανό να κερδίσει εντυπώσεις.

5. ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Οι φωτογραφίες των 20 νεαρών εθελοντριών βαθμολογήθηκαν από 80 συμμετέχοντες, άντρες και γυναίκες. Αξιολόγησαν την βελτίωση που παρείχε το μακιγιάζ στην ελκυστικότητα του προσώπου τους, σε σχέση με την φυσική εμφάνιση, πριν την τοποθέτησή του.

Το ολοκληρωμένο μακιγιάζ κρίθηκε συνολικά και επί μέρους, δηλαδή σαν τελικό αποτέλεσμα αλλά και ως χρώμα δέρματος, σχήμα φρυδιών, χρώμα παρειών, μακιγιάζ χειλιών και ματιών ξεχωριστά. Επίσης ρωτήθηκε, ποιά, κατά την γνώμη των συμμετεχόντων, ήταν το χαρακτηριστικό που συμβάλει περισσότερο στην ελκυστικότητα του προσώπου, ανάμεσα από τις επιλογές: μάτια, χείλη, παρειές, ολοκληρωμένο μακιγιάζ ή κανένα από τα παραπάνω.

Για τις γυναίκες το μακιγιάζ ματιών παρουσιάστηκε ως ο πιο σημαντικός παράγοντας που συμβάλει στην ελκυστικότητα. Το χρώμα παρειών και το μακιγιάζ χειλιών άφησε σχετικά αδιάφορους τους άντρες, κατά την γνώμη των οποίων το ολοκληρωμένο μακιγιάζ ήταν αυτό που συνεισέφερε στην ελκυστικότητα.

Αυτό επιβεβαίωσε πως δεν ήταν όλοι οι συμμετέχοντες σύμφωνοι πως το ολοκληρωμένο μακιγιάζ δεν συμβάλει πάντα στην αύξηση της ελκυστικότητας(11).

Η συνεισφορά του μακιγιάζ χειλιών παρουσιάστηκε διφορούμενη, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχόντων εμφανίστηκε ευχαριστημένο αλλά ένα σημαντικό ποσοστό το αξιολόγησε αρνητικά. Οι άντρες έκριναν με μεγαλύτερη επιείκεια σε σύγκριση με τις γυναίκες, οι οποίες το βαθμολόγησαν αναπάντεχα αρνητικά. Παρόλα αυτά και τα δύο φύλα παρουσίασαν αρνητικές απόψεις.

Το αποτέλεσμα αυτό παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον, αν ληφθεί υπόψη πως οι γυναίκες θεωρούν το κραγιόν, σήμερα μέρος μιας φυσικής εμφάνισης ενός προσώπου που παρουσιάζεται στην κοινωνία και αναπόσπαστο κομμάτι ενός καθημερινού προσώπου. Ενδεχομένως το κραγιόν να μπορεί να συνεισφέρει στην εμφάνιση όταν χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με άλλα προϊόντα, δημιουργώντας μια ισορροπία. Ενώ λοιπόν το μακιγιάζ χειλιών κρίθηκε αυστηρά, αποδεικνύεται ότι ένας μεγάλος αριθμός γυναικών θα χρησιμοποιούσε κραγιόν 6-7 μέρες την εβδομάδα ενώ ένας μικρότερος αριθμός θα το χρησιμοποιούσε 1-2 μέρες, κυρίως για κοινωνικούς λόγους. Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως οι

γυναίκες που χρησιμοποιούσαν κραγιόν, το ανανέωναν τακτικά, 3 με 4 φορές κατά την διάρκεια της ημέρας. Γίνεται κατανοητό πως το κραγιόν έχει μια βαθιά πολιτιστική σημασία για τις γυναίκες της Δύσης.(3,12,18)

Το μακιγιάζ ματιών είχε συνολικά θετική αξιολόγηση. Αποδείχθηκε πως ο τονισμός των ματιών ελκύει το ενδιαφέρον όχι μόνο αντρών, αλλά και γυναικών. Ειδικότερα, οι γυναίκες παρουσιάστηκαν πιο ικανοποιημένες από τους άντρες.

Συνεπώς δεν υπήρξε πλήρης συμφωνία με τη θεώρηση ότι οι άντρες πιστεύουν πως το μακιγιάζ ματιών συμβάλει ενδεικτικά στην ελκυστικότητα που προσφέρει το ολοκληρωμένο μακιγιάζ.(11).

Αντίθετα όμως, ενισχύθηκε το συμπέρασμα, πως ως καλλυντικό ματιών, η μάσκα προσφέρει εντυπωσιακά αποτελέσματα, τόσο στην διάρκεια της ημέρας, όσο και την νύχτα. Γι αυτό τον λόγο και αναδείχτηκε ως το προϊόν με τα ελκυστικότερα αποτελέσματα. Επίσης το μακιγιάζ ματιών γενικότερα κάνει τα μάτια να δείχνουν μεγαλύτερα και πιο εμφανή, χαρακτηριστικά που βρίσκουμε στα νεανικά πρόσωπα. Για αυτό η συνεισφορά του στη ελκυστικότητα του γυναικείου προσώπου είναι σημαντική.(5,13)

Στην αξιολόγηση του χρώματος του δέρματος (βάση make up), οι μισοί συμμετέχοντες παρουσιάστηκαν απλά ικανοποιημένοι από την βελτίωση. Ένα μικρότερο, αλλά εξίσου σημαντικό ποσοστό της τάξης του 23,19% έμεινε ευχαριστημένο ενώ, αντίθετα, ένα ισόποσο ποσοστό των συμμετεχόντων το ψήφισε αρνητικά. Συνεπώς η χρωματισμένη βάση (make up), προσφέρει σε έναν, τουλάχιστον, ικανοποιητικό βαθμό την βελτίωση που είναι επιθυμητή. Ειδικότερα, η θετική αντίδραση των γυναικών ήταν θεαματική. Αντιθέτως, οι άντρες δεν φάνηκε να επηρεάζονται ιδιαίτερα.

Τα παραπάνω διαφωνούν με το συμπέρασμα ότι οι άντρες θεωρούν την χρωματισμένη βάση, ενώ οι γυναίκες όχι, σημαντικό παράγοντα για την ανάδειξη της ελκυστικότητας ενός προσώπου.(11)

Η βάση make up μπορεί να βελτιώνει τις ασυμμετρίες και την υφή του προσώπου και τον τόνο του δέρματος, παρόλα αυτά, τα παραπάνω διαφωνούν ως δείκτες υγείας και ευεξίας. Παράγοντες που βρέθηκε πως επηρεάζουν την αντίληψη της γυναικείας ελκυστικότητας του προσώπου.(14,15).

Τα φρύδια θεωρούνται δευτερεύον χαρακτηριστικό, σε σχέση με τα μάτια και τα χείλη που είναι τα πρωτεύοντα. Παρόλα αυτά, το σχήμα τους παίζει σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση διότι πλαισιώνουν τα μάτια. Από το σύνολο των

ερωτηθέντων, οι περισσότεροι βρήκαν την βελτίωση του σχήματος τους, ιδανική. Γίνεται αντιληπτό πως το σχήμα των φρυδιών αν είναι σωστά εναρμονισμένο με τις ιδιομορφίες του κάθε προσώπου, μπορεί να αποτελέσει ένα κατάλληλο πλαίσιο για τα μάτια.

Ένα ακόμη δευτερεύον χαρακτηριστικό του προσώπου όπως είναι οι παρειές παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον διότι αποτελούν μέρος του σχήματος του.

Ανάλογα με την φωτοσκίαση και το χρώμα που εφαρμόζεται μπορούν να επηρεάσουν πολύ ή λίγο την εμφάνιση ενός προσώπου.

Το μακιγιάζ των παρειών στην παρούσα έρευνα κρίθηκε με εξίσου υψηλές αξιολογήσεις και από τα δύο φύλα. Το παραπάνω ενδέχεται να σημαίνει ότι το κατάλληλο χρώμα στα μάγουλα παραπέμπει σε υγεία και νιότη, αν υποθεθεί πως τα συνηθέστερα χρώματα που χρησιμοποιούνται είναι τα κόκκινα και ροζ και λιγότερο τα καφέ. Πράγματι έχει επισημανθεί πως οι άνθρωποι τείνουν να θεωρούν ως πιο ελκυστικούς αυτούς των οποίων τα χαρακτηριστικά παραπέμπουν σε καλή υγεία(5).

Πράγματι η ηλικία είναι ένας παράγοντας επιρροής, για τους άντρες ,αλλά όχι και για τις γυναίκες, όταν βαθμολογούν την γυναικεία ελκυστικότητα.(16,17).

Δεν πρέπει να παραλειφθεί εδώ η αναφορά ιστορικών στοιχείων, που μαρτυράει την χρήση έντονου κόκκινου ρούζ από ώριμες γυναίκες με στόχο την διατήρηση της νεανικής εμφάνισης τους.(10)

Τέλος, οι αναλύσεις των αξιολογήσεων για το ολοκληρωμένο μακιγιάζ αποκάλυψαν πως ελάχιστοι συμμετέχοντες το βρήκαν τελειοποιημένο και η γνώμη των περισσότερων χωρίστηκε σε είτε πολύ θετική, είτε αρνητική.

Παρόλα αυτά, οι άντρες παρουσιάστηκαν πιο ευχαριστημένοι. Αυτό μπορεί να οφείλεται στην διαφορετική αντίληψη που έχουν τα δύο φύλα, για καλλυντικά που προσδίδουν λίγο ή ελάχιστο χρώμα.(5)

Σκοπός του μακιγιάζ είναι πάντα να προβάλλει τα ομορφότερα χαρακτηριστικά και να μειώνει τις ατέλειες. Πρέπει να γίνει αντιληπτό πως δεν ταιριάζουν όλα τα είδη μακιγιάζ και χρώματα σε όλα τα πρόσωπα. Το ολοκληρωμένο μακιγιάζ σε μερικές περιπτώσεις προσέφερε μεγάλη βελτίωση ενώ σε κάποιες άλλες, όχι.

Ορισμένα καλλυντικά προϊόντα συνεισφέρουν περισσότερο στην ελκυστικότητα από κάποια άλλα. Επίσης το ολοκληρωμένο μακιγιάζ προσφέρει ισορροπία των

ασυμμετριών του προσώπου, παράγοντας που λειτουργεί ως δείκτης υγείας και ευεξίας, γεγονός που βρέθηκε να επηρεάζει την αντίληψη της γυναικείας ελκυστικότητας του προσώπου.(11)

Συνοπτικά τόσο τα πρωτεύοντα χαρακτηριστικά του προσώπου, όσο και τα δευτερεύοντα έχουν την δυνατότητα να συνεισφέρουν εξίσου στην ελκυστικότητα.

Βασική προϋπόθεση είναι η ανάδειξη και ο τονισμός τους με την κατάλληλη τοποθέτηση μακιγιάζ. Αποδείχτηκε πως σε περίπτωση που τα χρώματα ή η ποιότητα των καλλυντικών δεν είναι η σωστή, τα αποτελέσματα θα είναι αρνητικά και όχι τα επιδιωκόμενα.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε για να εξετάσει την συμβολή του μακιγιάζ στην ελκυστικότητα. Τόσο μέσω της ιστορικής αναδρομής, όσο και των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου, γίνεται κατανοητό πως η βελτίωση της εξωτερικής εμφάνισης και η προβολή των όμορφων χαρακτηριστικών ενός προσώπου κατέχουν σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητα. Μελετώντας τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, διεξήχθησαν τα παρακάτω συμπεράσματα:

- Το χρώμα δέρματος βελτιώθηκε αναπάντεχα μετά την τοποθέτηση βάσης make up.
- Το μακιγιάζ ματιών είχε πολύτιμη προσφορά στην ελκυστικότητα του προσώπου.
- Το μακιγιάζ ματιών προσφέρει νεανικότερη εμφάνιση και οι γυναίκες μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για να τονίσουν την ελκυστικότητα του προσώπου τους.
- Το μακιγιάζ χειλιών συνεισέφερε ελάχιστα στην βελτίωση της εμφάνισης του προσώπου.
- Το χρώμα παρειών είχε ενδεικτική συνεισφορά στην ελκυστικότητα του προσώπου.
- Το ολοκληρωμένο μακιγιάζ είχε πολύτιμη προσφορά στην ομορφιά του προσώπου.
- Τα πρόσωπα με ολοκληρωμένο μακιγιάζ κρίθηκαν ως ελκυστικότερα απ' ότι τα ίδια χωρίς μακιγιάζ.

Προτάσεις.

Για πιο εκτεταμένη έρευνα και λεπτομερή συμπεράσματα πάνω στο θέμα της συμβολής του μακιγιάζ χρειάζεται να ληφθούν υπόψη επιπλέον παράγοντες. Οι οποίοι θα προσφέρουν καινούρια και περισσότερα δεδομένα προς ανάλυση.

Επόμενες μελέτες και έρευνες συνιστάται να χρησιμοποιήσουν επαγγελματίες αισθητικούς για το μακιγιάζ. Παρόλο που η τοποθέτηση του από φοιτήτριες μας δίνει ικανοποιητικά αποτελέσματα, τα οποία μπορούμε να αξιοποιήσουμε, η πείρα και η εξοικείωση με το αντικείμενο δεν μπορούν να είναι συγκρίσιμα.

Για να γίνει κατανοητό αν στην ελκυστικότητα συμβάλουν περισσότερο τα φυσικά χαρακτηριστικά ή το μακιγιάζ, ενδείκνυται να εφαρμοσθεί το ίδιο μακιγιάζ σε όλες τις εθελόντριες. Ο τρόπος τοποθέτησης του μακιγιάζ σε αυτήν την περίπτωση, ήταν διαφορετικός σε κάθε νεαρή κοπέλα και έγινε με σκοπό να βελτιώσει τόσο την συνολική εμφάνιση του προσώπου, όσο και του κάθε χαρακτηριστικού ξεχωριστά.

Μια ακόμη πρόταση είναι η εφαρμογή του μακιγιάζ να γίνει σύμφωνα με τα φυσικά χρώματα της κάθε εθελόντριας, ώστε να μην φαντάζει παράταιρο, περιττό ή υπερβολικό. Στην παρούσα έρευνα, η υφή και το χρώμα των καλλυντικών ,που χρησιμοποιήθηκαν για κάθε εθελόντρια, επιλέχθηκαν με σκοπό να τονίσουν τα ομορφότερα χαρακτηριστικά του κάθε προσώπου.

Για ακόμα πιο αντικειμενικά αποτελέσματα προτείνεται όλες οι γυναίκες που θα πάρουν μέρος στην έρευνα να φορούν το ίδιο χρώμα ρούχων. Αυτή η προϋπόθεση μειώνει τις πιθανότητες επηρεασμού ή αποπροσανατολισμού των ερωτηθέντων σχετικά με το μακιγιάζ. Οι εθελόντριες που πήραν μέρος σε αυτήν την έρευνα, φωτογραφήθηκαν με τα ρούχα που φορούσαν την συγκεκριμένη μέρα. Το χρώμα, βέβαια δεν είναι ο μοναδικός παράγοντας που θα μπορούσε να επηρεάσει. Το σχήμα των ρούχων, ανάλογα με την σωματική διάπλαση, μπορεί να αυξήσει ή να μειώσει την ελκυστικότητα, όπως ένα βαθύ ντεκολτέ ή μια μπλούζα με κλειστό λαιμό (ζιβάγκο).

Επίσης θα ήταν σκόπιμο να μακιγιαριστεί και να φωτογραφεί το κάθε στοιχείο του προσώπου των εθελοντριών ξεχωριστά(μάτια, χείλη, παρειές) για πιο λεπτομερή αποτελέσματα και περισσότερη ανάλυση. Αν οι εθελόντριες παρουσιάζονταν κάθε φορά με διαφορετικό χαρακτηριστικό μακιγιαρισμένο, θα ήταν ευκολότερο να εντοπισθεί πιο καλλυντικό προσφέρει περισσότερο στην βελτίωση της εμφάνισης.

Στην παρούσα έρευνα, οι εθελόντριες φωτογραφήθηκαν υπό δύο συνθήκες, χωρίς ,και με ολοκληρωμένο, μακιγιάζ. Δεν ήταν συνεπώς εύκολο να κριθεί το μακιγιάζ κάθε χαρακτηριστικού ξεχωριστά, εφόσον επηρεαζόταν από την συνολική εμφάνιση του προσώπου.

Τέλος η φωτογράφιση θα ήταν χρήσιμο να γίνει από κάποιον επαγγελματία, ο οποίος θα εξασφάλιζε την ιδανική ποιότητα των εικόνων αλλά και ένα κατάλληλο περιβάλλον(φόντο). Η φωτογράφιση των εθελοντριών έλαβε μέρος σε χώρο διδασκαλίας, του μαθήματος μακιγιάζ στην σχολή Αισθητικής των

A.T.E.I. Η φωτογραφική μηχανή που χρησιμοποιήθηκε ήταν ψηφιακή, ώστε να διευκολυνθεί η μετακίνηση των δεδομένων, παρόλα αυτά δεν ήταν επαγγελματική. Γεγονός που σίγουρα επηρέασε την ποιότητα των εικόνων. Ενδέχεται ορισμένες λεπτομέρειες να μην ήταν ορατές.

Αν ληφθούν υπόψη οι παραπάνω προτάσεις στις επόμενες μελέτες ή έρευνες, σίγουρα θα προκύψουν περισσότερα αξιοποιήσιμα στοιχεία σχετικά με την χρήση καλλυντικών και ελκυστικότητας.

7.ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.

1. David I. Perrett, Ian S. Penton-Voak, Anthony C. Little, Bernard P. Tiddeman, D. Michael Burt, Natalie Schmidt, Roz Oxley, Nicholas Kinloch and Louise Barrett « Facial attractiveness judgements reflects learning of parental age characteristics». <http://publishing.royalsociety.org/>. 9 April 2002. School of Psychology, University of St. Andrews, School of Biological Sciences, University of Liverpool. <http://journals.royalsociety.org/content/lykntqr3k1whmrj3/>
2. Έκο, Ουμπέρτο και Τζιρόλαμο ντε Μικέλε “Η ιστορία της ομορφιάς “ Bompiani, Milan, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2004
3. Ogilvie Madelein and Pauline Kristensen- Bach «Why women wear lipstick: preliminary findings» Edith Cowan University. <http://smib.vuw.ac.nz:8081/WWW/ANZMAC2001/anzmac/AUTHORS/pdfs/Ogilvie.pdf>
4. Graham, Jean Ann and A.J. Jouhar «The effects of cosmetics on person perception». 18 May 2007. <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/home> Department of Experimental Psychology University of Oxford. <http://www3.interscience.wiley.com/journal/120049317/abstract?CRETRY=1&SETRY=0>
5. Graham, Jean Ann and A.J. Jouhar «The importance of cosmetics in the psychology of appearance». 5 Mar. 2008. <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/home> Department of Dermatology, University of Pennsylvania School of Medicine, Philadelphia, Pennsylvania and the Bristol-Myers Company Limited, Windsor, England. <http://www3.interscience.wiley.com/journal/119539561/abstract?CRETRY=1&SETRY=0>
6. B. Bower, Amanda and Stacy Landreth «Is Beauty Best? Highly Versus Normal Attractive Models in Advertising». Spring 2001. <http://www.psych.ualberta.ca/>. University of South Carolina. http://www.psych.ualberta.ca/~msnyder/p486/read/files/B_L2001.pdf
7. Thornhill, Randy και Steven W. Gangestad. «Facial attractiveness». <http://www.sciencedirect.com/>. 22 November 1999. Department of Biology, University of New Mexico, Albuquerque

http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6VH9-3XY1H5B-6&_user=10&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&_view=c&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=174c62be1ef266eaa33531c4eb5c6294

- 8.Κυριακού, Κατερίνα. Η τέχνη του μακιγιάζ. Αθήνα, Εμπειρία Εκδοτική Α.Ε.Β.Ε, Μάρτιος 2005
9. Κώστας Αλτάνης. Μυστικά Ομορφιάς. Αθήνα, Εκδόσεις Ψύχαλου,2004
- 10.Σαββίδου, Άννα «Μορφολογία-ιδιομορφίες προσώπου» Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης Σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Αισθητικής, 2001
- 11.Mulhern, R, Fieldman, G, Hussey. Leveque, J. L, and Pineau. P «Do cosmetics enhance female Caucasian facial attractiveness?». Psychology Department,ASSH Faculty,Buchinghamshire Chilterns University College.
- 12.Aucoin,K. Making faces.Prion.Lodnon.1997.
- 13.Jones,D.Sexual selection, physical attractiveness and facial neoteny. Cross cultural evidence and implications.Curr.Anthropol.1995
- 14.Fink, B.,Grammer, K. and Thornhill,R. Human facial attractiveness in relation to skin texture and colour.Comp.Pyschol.2001
- 15.Thornhill,R. and Grammer,K. The body and face of woman: one ornament that signals quality?. Evol. Human Behav.1999.
- 16.Henss,R. Perceiving age and attractiveness in facial photographs./. Appl. Social Psychol.1991.
- 17.Mulhern,R. Fieldman,G. and Hussey T. Female Beauty: an example of human sexual selection by male choice. Poster presented at the International Conference: 'Human behaviour & evolution society' at University College London(2001).
- 18.Cohen Ragas,M. and Kozlowski,K. Read My Lips: A Cultural History of Lipstick. Chronicle Books, San Francisco(1998).