

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΣΧΟΛΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΣΜΕΤΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Μακιγιάζ και η επιδρασή του στην ψυχολογία της γυναίκας**

**Φοιτήτρια: Σταματία Λιοζίδου**

**Καθηγήτρια: Θεογνωσία Μεγακλή**

**Θεσσαλονίκη, 2008**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	5
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑ .....	5
ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ Φ .....	10
ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΩΠΟΥ .....	13
Α. Ζώνες προσώπου .....	13
Β. Σχέση τύπων προσώπου.....	13
Γ. Τα σχήματα του προσώπου και οι διορθώσεις τους .....	14
Δ. Τα στοιχεία του προσώπου .....	14
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΚΙΓΙΑΖ.....	15
ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΑΚΙΓΙΑΖ .....	18
ΠΩΣ ΕΠΙΔΡΑ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ .....	19
ΜΕΘΟΔΟΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	20
ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ - ΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΣΤΙΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ .....	22
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	25
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	25
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	26

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Το θέμα της παρούσας εργασίας είναι η επίδραση του μακιγιάζ στην ψυχολογία του ατόμου. Τι είναι ομορφιά και πως ένα επαγγελματικό μακιγιάζ επηρεάζει την εικόνα του ατόμου και την βελτίωση της ψυχολογίας του. Στην έρευνα πήραν μέρος 22 γυναίκες, ηλικίας 18-60 ετών.

Τα άτομα φωτογραφήθηκαν πριν και μετά την αισθητική παρέμβαση του μακιγιάζ. Πάρθηκε εξατομικευμένη συνέντευξη για το πώς ένιωθαν μετά την αισθητική παρέμβαση. Τα αποτελέσματα έδειξαν βελτίωση στην εικόνα της προσωπικότητάς τους, λόγω επίδρασης στα χαρακτηριστικά του προσώπου τους, καθώς και στην ψυχολογία τους, αφού ένιωσαν μεγάλη αυτοπεποίθηση και ικανοποίηση από το αποτέλεσμα.

**Λέξεις κλειδιά:** μακιγιάζ, μακιγιάζ έγχρωμης φωτογραφίας, ψυχολογία μακιγιάζ, διόρθωση χαρακτηριστικών, ομορφιά

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το μακιγιάζ ή ψιμυθίωση είναι μια τέχνη που ασκείται από ειδικούς, τους maquillier (στα γαλλικά), make-up-artist (στα αγγλικά). Ψιμυθίωση ονομάστηκε γιατί κατά τα αρχαία χρόνια για το μακιγιάζ τους οι άνθρωποι χρησιμοποιούσαν ψίμυθο (ανθρακικός λευκός μόλυβδος). Το μακιγιάζ μπορεί να τονίσει ή να καλύψει χαρακτηριστικά μας και να τα αναδείξει ώστε να φαινόμαστε πιο όμορφοι και πιο θελκτικοί.

Στα παλιά χρόνια (αρχαιότητα) γινόταν για καλλωπιστικούς λόγους, αλλά σε ορισμένους λαούς και για θρησκευτικούς σκοπούς. Η τεχνική του μακιγιάζ γνώρισε μεγάλη άνθιση τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα από τη δεκαετία του '50 και μετά. Σ' αυτό συνέβαλαν ονομαστικά οι διαφημίσεις, οι συνεχείς αλλαγές στη μόδα και στους τύπους ομορφιάς των γυναικών.

Το μακιγιάζ εμφανίζεται και σε αντρικά πρόσωπα όχι τόσο έντονο όσο σ' ένα γυναικείο πρόσωπο.

Στις μέρες μας, πλέον, το μακιγιάζ είναι ένα από τα πιο χρήσιμα «εργαλεία» της καθημερινότητάς μας, κυρίως για μας τις γυναίκες. Μας τονώνει την αυτοπεποίθηση, τη γοητεία, το ήθος, και μπορούμε να το εφαρμόσουμε ανάλογα, κατά τη διάρκεια της ημέρας μας.

Το μακιγιάζ έχει γίνει μια καλλυντική διέξοδος που επικρατεί παντού με τα χρόνια (Etcoff, 1999). Το μακιγιάζ είναι ο φορέας δημιουργίας και απόδοσης του καλλωπισμού με τη χρήση καλλυντικών έγχρωμων μέσων που βελτιώνει τη γυναικεία ελκυστικότητα.

## **ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

Υπήρχε πάντα ως τρόπος έκφρασης στις διάφορες τελετές (εθιμοτυπικές, θρησκευτικές και πολεμικές). Οι πολεμιστές έβαφαν το πρόσωπο τους για να εκφοβίζουν τον εχθρό. Παρατηρείται επίσης ότι το μακιγιάζ ήταν προνόμιο της ανώτερης κοινωνικής τάξης στον 4ο αιώνα π.Χ. Άνδρες και γυναίκες έβαφαν το πρόσωπο και το σώμα τους με φυσικά υλικά. Προτιμούσαν το λευκό δέρμα και τα καφεκόκκινα μάγουλα και χείλη καθώς επίσης μαύρα και έντονα φρύδια. Στην αρχαία Ρώμη (130 - 200 μ.Χ.) το μακιγιάζ ήταν επίσης με λευκό χρώμα στο δέρμα και μάγουλα, τα δε χείλη ρόδινα. Στην αρχαία Αίγυπτο δε διαφέρει από το σύγχρονο. Δινόταν έμφαση στα μάτια και τόνιζαν τα χείλη με περίγραμμα. Στην Κίνα αγαπούσαν το κατάλευκο πρόσωπο και τα κόκκινα χείλη. Τα προϊόντα που χρησιμοποιούσαν για το μακιγιάζ τους όπως ψίμυθος (ανθρακικός λευκός μόλυβος), αντιμόνιο (αμέταλλο χημικό στοιχείο), ώχρα (ορυκτό σε κίτρινο χρώμα), πυλός, κιμωλία, μαλαχίτης κ.τ.λ. ήταν επικίνδυνα για την υγεία τους. Παρόλα αυτά το μακιγιάζ λειτουργούσε και λειτουργεί σαν εφόδιο στην ψυχολογική ανάγκη του ανθρώπου για ομορφιά. Αρχές 8ου αιώνα άρχισαν να εκδίδονται περιοδικά με συμβουλές για το μακιγιάζ όπου είναι πλέον παγκοσμίως αποδεκτό.

## **ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑ**

Έρευνες έχουν δείξει ότι τα μωρά κοιτούν περισσότερο τους ενήλικες με απαλό δέρμα, σαρκώδη χείλη και μεγάλα μάτια, ενώ αντίθετα κλαίνε στην θέα ενός άσχημου ατόμου. Όπως παραδέχεται και το BBC, οι όμορφοι συνήθως έχουν καλές και καλοπληρωμένες δουλειές

Αποδεικνύεται πως η ομορφιά παίζει ρόλο και στα ανώτερα αξιώματα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το ραδιοφωνικό και τηλεοπτικό debate μεταξύ του Κένεντι και του Νίξον όταν μάχονταν για την προεδρία το 1960. Όσοι τους άκουσαν στο ραδιόφωνο θεώρησαν νικητή τον Νίξον αλλά οι τηλεθεατές είχαν διαφορετική γνώμη. Είπαν ότι ο Νίξον ιδρώνει και η εμφάνισή του τους απωθεί, κάνοντας τους να ανακηρύξουν πρόεδρο τον Κένεντι. Ο Νίξον είχε αρνηθεί το μακιγιάζ λέγοντας πως «είναι για τους γκέι».

Οι επιστήμονες πιστεύουν ότι η ομορφιά δεν είναι μόνο θέμα προσωπικού γούστου αλλά υπάρχουν κοινώς αποδεκτοί κανόνες. Κάποια μοτίβα που οι όμορφοι άνθρωποι διαθέτουν από κοινού, κάτι που μάλιστα μπορεί να μετρηθεί.

Όλες οι επιστημονικές θεωρίες βασίζονται στην εξελεγκτική ψυχολογία. Η ανθρώπινη συμπεριφορά καθοδηγείται υποσυνείδητα από το ζωτικό παρελθόν μας. Παρά τη φαινομενική κουλτούρα, βαθιά μέσα μας είμαστε πλάσματα που άγονται από τη βασική βιολογική ανάγκη να ζευγαρώνουμε και να αποκτήσουμε απογόνους. Κατά πόσο όμως το παραπάνω συμπέρασμα εξηγεί την ανθρώπινη συμπεριφορά απέναντι στην ομορφιά;

Βλέποντας, για παράδειγμα ένα πολύ ωραίο γυναικείο πρόσωπο το μυαλό μας πάει στο μακιγιάζ. Το μακιγιάζ δεν είναι μια σύγχρονη ανακάλυψη. Ήδη από την εποχή των Φαραώ στην αρχαία Αίγυπτο χρησιμοποιούσαν τις ίδιες τεχνικές με σήμερα δηλαδή τόνιζαν τα μάτια τους και έβαφαν το πρόσωπο τους. Οι δερματολόγοι πιστεύουν ότι το μακιγιάζ έχει στόχο να ελαχιστοποιήσει τον αποχρωματισμό του δέρματος και κάθε ακανόνιστο

σχήμα και το βλέμμα να πέφτει σε άλλα χαρακτηριστικά όπως τα μάτια ή το στόμα. Τα προϊόντα για το πρόσωπο κάνουν τα μάτια να δείχνουν μεγαλύτερα, νεανικότερα και πιο σέξι. Επίσης, όταν είμαστε σε διέγερση τα χείλη φουσκώνουν και σκουραίνουν και αυτό ακριβώς το κραγιόν προσπαθεί να μιμηθεί.

### **Τι ακριβώς είναι ομορφιά σήμερα**

Στα νιάτα μας η ομορφιά είναι το πρώτο κριτήριο στην επιλογή συντρόφου. Αντίθετα, όταν μεγαλώνουμε το κριτήριο της ομορφιάς έρχεται τέταρτο. Μια ομάδα ερευνητών από το πανεπιστήμιο της Φλόριντα στο Gainesville κατέγραψε τις συναισθηματικές αντιδράσεις περισσότερων από 100 νεαρών γυναικών στη θέα φωτογραφιών που απεικόνιζαν ιδιαίτερα ελκυστικές γυναίκες. Έχοντας κοιτάξει κάθε μία φωτογραφία, οι συμμετέχουσες έπρεπε να περιγράψουν τα συναισθήματα τους για κάθε ένα φωτομοντέλο. Αποτέλεσμα ήταν να προκύψουν ομάδες μοντέλων που προκαλούσαν από μεγάλο ενθουσιασμό μέχρι και αδιαφορία. Όσο πιο θελκτικό ήταν ένα μοντέλο, τόσο λιγότερο ενδιέφερε τις γυναίκες και τις έκανε να χάνουν το ενδιαφέρον τους, όπως αναφέρει ο επικεφαλής της μελέτης Robyn Goodman. Τα ευρήματα αυτά έρχονται σαφώς σε αντίθεση με την τάση των περιοδικών να γεμίζουν τις σελίδες τους με αισθησιακές γυναίκες. «Φαίνεται πως κάπου εδώ έχει χαθεί ο στόχος και το νόημα στις διαφημίσεις» σχολιάζει ο καθηγητής Jon Morris. Ο ίδιος προσθέτει ότι τα αποτελέσματα της έρευνας τονίζουν την απόσταση μεταξύ των ανδρών που ασχολούνται με τα περιοδικά και των καταναλωτών.

Ανεξάρτητα, με τις επιστημονικές θεωρίες στην πράξη βλέπουμε πως το όμορφο έχει σχέση με τα υποκειμενικά κριτήρια

του καθενός. Δεν έχουν όλοι την ίδια άποψη για τον τύπο σώματος που θεωρείται ελκυστικός. Κάποιοι το προτιμούν αδύνατο ενώ κάποιοι άλλοι όχι. Άρα δεν υπάρχει κανόνας για το τι είναι όμορφο ή ελκυστικό.

Κάθε σώμα έχει τις δικές του ατέλειες. Πολλά νεαρά κορίτσια θα ήθελαν να έχουν τα όμορφα μάτια των μοντέλων, τις «τέλειες» αναλογίες τους και τα γλυκά χαρακτηριστικά του προσώπου τους. Παρόλα αυτά, εάν ρωτάγαμε τα μοντέλα ίσως να διαπιστώναμε πως και αυτά έχουν να μας εκθέσουν ατέλειες που τους ενοχλούν.

Η προσπάθεια κατανόησης της αισθητικής αντίληψης οδηγεί στη γενική άποψη ότι η αισθητική είναι και φυσική και επίκτητη. Μια επιχειρούμενη αποκωδικοποίηση της αισθητικής αντίληψης του προσώπου, οδηγεί σε ένα συμπέρασμα ότι η υπόμνηση κάποιων χαρακτηριστικών παίζει ιδιαίτερο ρόλο στην επιλογή του. Και αυτό γιατί ωραίο μας φαίνεται ότι μας μοιάζει οικείο.

Η Μάνια Καρναχωρίτη, η οποία δουλεύει ως Sales and Trade manager στην εταιρία Clarins στο αεροδρόμιο, δήλωσε χαρακτηριστικά ότι η περιποίηση δεν είναι μόνο θέμα ομορφιάς αλλά και υγείας. Ωστόσο, είναι σημαντικό να αρέσουμε οπότε είναι λογικό να δαπανούμε λεφτά για αγορές καλλυντικών, χωρίς αυτό να θεωρείται υπερβολικό.

Ακόμη και ο τζίρος στα αντρικά καλλυντικά έχει αυξηθεί πολύ. Αυτό δείχνει το ενδιαφέρον του άντρα να ασχολείται με τον εαυτό του και περισσότερο τη τελευταία δεκαετία. Όλο και περισσότεροι άντρες μπαίνουν σε αυτό το χώρο και όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά γενικά στην Ευρώπη. Πλέον δεν θεωρείται ταμπού ο άντρας να περιποιείται τον εαυτό του. Η αγορά έχει προσαρμοστεί σε αυτή



την αλλαγή του άντρα και για αυτό βλέπουμε πολλές μάρκες να παράγουν αντρική σειρά καλλυντικών».

Η αγορά των καλλυντικών έχει αυξηθεί σημαντικά· μια γυναίκα όσο οικονομική κρίση και να έχει δεν θα πάψει να αγοράζει καλλυντικά. Απλά θα βρει τρόπο να αγοράσει κάτι πιο οικονομικό. Θέλει πάντα να είναι περιποιημένη. Καθώς ο άντρας και η γυναίκα θέλουν να αγγίζει την τελειότητα, λόγω των μοντέλων και των περιοδικών που την προβάλλουν. Γιατί ο στόχος είναι να αρέσει. Χαρακτηριστικό είναι ότι όποιος έρχεται στο αεροδρόμιο ρωτάει πιο είναι το πιο καινούργιο άρωμα.

Υπάρχουν πολλές εταιρίες φυτικών καλλυντικών. Ο σκοπός είναι να σεβόμαστε την φύση. Πιο πολύ οι καταναλωτές προτιμούν τα κλασικά καλλυντικά. Η βιομηχανία της ομορφιάς συνεχώς εξελίσσεται. Γενικά ο σκοπός των εταιριών είναι να φτιάχνουν καλλυντικά που παρατείνουν την ομορφιά στην επιδερμίδα.

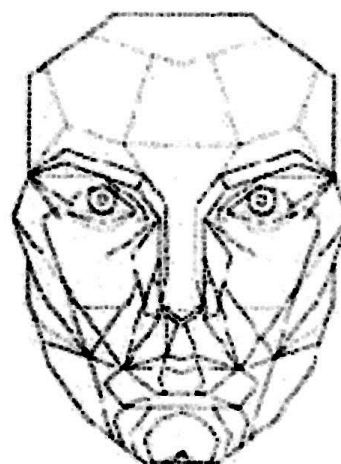
Ο Πυθαγόρας πρώτος παρατήρησε ότι τα φυτά και τα ζώα δεν μεγαλώνουν τυχαία, αλλά σύμφωνα με ακριβείς μαθηματικούς κανόνες. Δεν είναι τυχαία δηλαδή τα όμορφα σχέδια των λουλουδιών. Οι αρχαίοι Έλληνες βρήκαν ότι τα σχέδια των λουλουδιών βασίζονται σε γεωμετρική αναλογία. Επίσης η ακολουθία κάνει την εμφάνιση της στη διάταξη των φύλων γύρω από το μίσχο. Εμφανίζεται ακόμα και στην ανάπτυξη των βελονών αρκετών ειδών ελάτου, καθώς επίσης και στη διάταξη των πετάλων στις μαργαρίτες και τα ηλιοτρόπια. Μερικά κωνοφόρα δένδρα παρουσιάζουν τη σειρά αριθμών στη δομή της επιφάνειας των κορμών τους, ενώ τα φοινικόδεντρα στους δακτυλίους των κορμών τους.

Με τις πράξεις που έκανε ο Ιταλός μαθηματικός Fibonacci, ο οποίος ήταν πολύ γνωστός στην εποχή του και αναγνωρίζεται και σήμερα, βρήκε ότι το κλειδί της ομορφιάς είναι η αναλογία 1 προς 1,618, ο αριθμός Φ. Για παράδειγμα, η σχέση από το πάτωμα ως τον ομφαλό και από εκεί στο κεφάλι θα είναι 1 προς Φ, αν οι αναλογίες είναι ιδανικές. Επίσης, το πλάτος του στόματος είναι Φ φορές το πλάτος της μύτης. Ο χρυσός αριθμός θεωρούταν από τους αρχαίους Έλληνες ως η θεϊκή αναλογία όπου η εφαρμογή του σε καλλιτεχνικά δημιουργήματα και κατασκευές οδηγούσε σε «άριστα» και «ωραία» αποτελέσματα.

## **ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ Φ**

### **Το Φ στην αρχιτεκτονική**

Η πρόσοψη του Παρθενώνα αποτελεί ένα παράδειγμα χρήσης της χρυσής τομής (Φ) στην αρχιτεκτονική. Δεν είναι γνωστό όμως αν οι αναλογίες δόθηκαν διαισθητικά ή με γνώση του αριθμού Φ. Ο τριγωνισμός, μια άλλη μέθοδος συγκρότησης ρυθμικών καμβάδων με βάση ορισμένα προνομιάχια τρίγωνα, γνώρισε τη μεγαλύτερη διάδοσή του τον περασμένο αιώνα. Αυτά είναι: (1) το πυθαγόρειο, δηλαδή το ορθογώνιο με σχέση πλευρών 3:4:5, (2) το αιγυπτιακό, δηλαδή το ισοσκελές με αναλογία βάσης προς ύψος 8:5, (3) το ισοσκελές με γωνία κορυφής 36 μοίρες, που αποτελεί τη μονάδα του κανονικού δεκάγωνου, και έχει σχέση πλευράς προς βάση Φ (1,618, ο γνωστός χρυσός αριθμός) και τέλος (4) το ισόπλευρο, που αποτελεί τη μονάδα του εξαγώνου. Τέτοιες



μεθόδους επαλήθευσης συναντά κανείς στα αρχιτεκτονικά έργα του μοντέρνου κινήματος, Le Corbusier, Bauhaus κλπ.

### **Το Φ στην τέχνη**

Αργότερα ο Leonardo Da Vinci ζωγράφισε το πρόσωπο της Mona Lisa ώστε αυτό να χωράει τέλεια σε ένα χρυσό ορθογώνιο και δόμησε τον υπόλοιπο πίνακα γύρω από το πρόσωπο χωρίζοντας τον επίσης σε χρυσά ορθογώνια. Ο Mozart διαίρεσε μεγάλο αριθμό από τις σονάτες του σε δύο μέρη, η χρονική αναλογία των οποίων αντιστοιχεί στη χρυσή τομή, τον αριθμό φ, αν και υπάρχει σημαντική διχογνωμία για το κατά πόσο αυτό έγινε σκόπιμα.

### **Το Φ στη Γεωμετρία των Fractals**

Ένας καλλιτέχνης του 15ου αιώνα που παρήγαγε ένα fractal αντικείμενο. Θεωρούμε ένα κανονικό πεντάγωνο και στην κάθε πλευρά του ως προσαρτήσουμε από άλλο ένα ίδιο κανονικό πεντάγωνο. Με τον τρόπο αυτόν δημιουργούνται μέσα έξι νέα πεντάγωνα στα οποία εφαρμόζοντας την ίδια διαδικασία λαμβάνουμε ένα fractal απίστευτο για την εποχή του. Από υπολογισμούς μπορούμε να δούμε ότι ο λόγος των πλευρών κάθε ισοσκελούς τριγώνου βρίσκεται στη χρυσή τομή.

### **Το Φ στη Βίβλο του Ισλάμ**

Η λέξη Κοράνι, πιο σωστά στα Αραβικά Κουράν - Qur'an, προέρχεται από το ρήμα κάρα'α -qara'a που σημαίνει, απαγγέλλω κι αποτελείται από 114 κεφάλαια (Σούρα). Ο αριθμός 114 είναι διαιρετός με το 19, ήτοι  $19 \times 6 = 114$ . Το 114 προκύπτει από τη διαίρεση του κύκλου με το π, ήτοι  $360/\pi$ , όπου  $\pi = 3,14159$  και το

19 εκτός του ότι είναι ο Μετωνικός Αριθμός, προκύπτει επίσης σαν δεκαπλάσιο του  $\pi/\Phi$ , όπου  $\Phi=1,618034$



### **Το $\Phi$ στον άνθρωπο**

Το ανθρώπινο σώμα έχει δομηθεί και αναπτύσσεται σε αναλογίες  $\Phi$ . Δεν είναι τυχαίο ότι πολλές «ανατολίτικες θρησκείες» και κινήματα στα πλαίσια της διδασκαλίας τους για διαλογισμό και την «αυτοσυγκέντρωση και στο λεγόμενο «γιόγκα» η στάση του ανθρώπινου σώματος γίνεται κατά αυτό τον τρόπο έτσι ώστε τα «κεντρικά - κομβικά» σημεία του σώματος να βρίσκονται σε αναλογίες  $\Phi$ . Αν θέλει κανείς να δει ένα χρυσό ορθογώνιο αρκεί να κοιτάξει μια πιστωτική κάρτα το σχήμα της οποίας είναι ακριβώς αυτό. Τέλος υπάρχουν καταγραφές που μιλούν για την ύπαρξη του  $\Phi$  στην δομή του DNA.

## **ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΩΠΟΥ**

### **A. Ζώνες προσώπου**

Επειδή το μακιγιάζ δεν είναι μόνο τέχνη αλλά και τεχνική, για να έχουμε όσο το δυνατόν τελειότερο αισθητικό αποτέλεσμα, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η γνώση κάποιων στοιχείων, που αφορούν την ανατομία του προσώπου και τα επιμέρους χαρακτηριστικά του.

Το τέλειο αισθητικά πρόσωπο διαιρείται με νοητές γραμμές σε τρία ίσα μέρη, δημιουργώντας έτσι τρεις ζώνες:

**1<sup>η</sup> ζώνη:** Η πάνω ζώνη του μετώπου ορίζεται από τις νοητές οριζόντιες ευθείες που διέρχονται από τις ρίζες των μαλλιών και την βάση της μύτης.

**2<sup>η</sup> ζώνη:** Η μεσαία ζώνη ορίζεται από τις οριζόντιες ευθείες που διέρχονται από τη βάση της μύτης και της άκρη της.

**3<sup>η</sup> ζώνη:** Η κάτω ζώνη ορίζεται από τις διερχόμενες από την κορυφή της μύτης και την άκρη του πηγουνιού.

Οι τρεις ζώνες είναι ίσες μεταξύ τους, όσον αφορά το ύψος τους. Το πλάτος των ζωνών υπολογίζεται από:

- 1) Από τον έναν κρόταφο στον άλλο
- 2) Από το ένα ζυγωματικό στο άλλο και
- 3) Από τη μια άκρη της γνάθου στην άλλη.

### **B. Σχέση τύπων προσώπου**

Ο Paul Carton, διακεκριμένος μορφοψυχολόγος ορίζει 5 βασικούς ανθρώπινους τύπους, που αντιστοιχούν στα

χαρακτηριστικά και στις γραμμές του προσώπου: οβάλ, τριγωνικός, τετραγωνικός, ορθογωνικός και στρόγγυλος.

### **Γ. Τα σχήματα του προσώπου και οι διορθώσεις τους**

Από την παραπάνω διαπίστωση θα πρέπει να μπορούμε να υπολογίζουμε την αναλογία ύψους και πλάτους ενός προσώπου, ώστε να είμαστε σε θέση, μελετώντας το, να επιτύχουμε το καλύτερο δυνατό αισθητικό αποτέλεσμα, τονίζοντας ή υποβαθμίζοντας ανάλογα τις ζώνες.

Σήμερα δεν θεωρείται απαραίτητη η διόρθωση του σχήματος του προσώπου, αφού κάθε σχήμα μπορεί να περιβάλλει εξίσου ωραία χαρακτηριστικά. Άλλωστε η «ιδανική ομορφιά» είναι όρος ξεπερασμένος από τη στιγμή που κάθε πρόσωπο μπορεί να είναι ωραίο και εκφραστικό μέσα στις ιδιομορφίες και στη μη τελειότητα του σχήματος και των χαρακτηριστικών του.

Αυτό που επιδιώκουμε είναι η τελική εικόνα του προσώπου, που θα δοθεί με το κατάλληλο μακιγιάζ, τονίζοντας ή υποβαθμίζοντας ανάλογα τα χαρακτηριστικά του.

Η διόρθωση του σχήματος του προσώπου αποσκοπεί στο να δώσει την ψευδαίσθηση του οβάλ σχήματος στους διάφορους τύπους όπου είναι και το επιθυμητό, θεωρώντας το οβάλ το «τελειότερο» σχήμα προσώπου. Αυτό επιτυγχάνεται με την τεχνική της φωτοσκίασης.

### **Δ. Τα στοιχεία του προσώπου**

Επειδή τα διάφορα στοιχεία του προσώπου δεν επηρεάζουν στον ίδιο βαθμό την τελική εικόνα, τα κατατάσσουμε σε μια σειρά:

1<sup>η</sup>: Μάτια, 2<sup>η</sup>: Φρύδια, 3<sup>η</sup>: Χείλια, 4<sup>η</sup>: Μάγουλα. Αυτά θεωρούνται ενεργητικά στοιχεία, γιατί οποιαδήποτε ιδιομορφία τους μπορεί να επηρεάσει την όλη εμφάνιση του προσώπου.

Η μύτη, το μέτωπο και το πηγούνι θεωρούνται παθητικά στοιχεία επειδή μπορούν να επηρεάσουν πολύ λιγότερο την εικόνα του προσώπου.

Οι διορθώσεις που γίνονται σε ένα πρόσωπο μπορεί να είναι παραπάνω από μία και γίνονται πάντα σύμφωνα με την συγκεκριμένη σειρά. Είναι όμως απαραίτητο να τα παρατηρούμε όχι μόνο μεμονωμένα αλλά σε σχέση και με τα υπόλοιπα στοιχεία ώστε να είμαστε σε θέση να δώσουμε ένα ολοκληρωμένο μακιγιάζ.

## **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΚΙΓΙΑΖ**

Μερικά από τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται στο μακιγιάζ είναι:

### **1. Προϊόντα καθαρισμού (ντεμακιγιάζ)**

Είναι τα γαλακτώματα και οι κρέμες καθαρισμού της επιδερμίδας, και οι λοσιόν, που θα πρέπει να επιλέγονται σύμφωνα με τον τύπο του δέρματος.

### **2. Κρέμα βάσης**

Η επιλογή της γίνεται σύμφωνα με τον τύπο και τα προβλήματα του δέρματος.

### **3. Καλυπτικά προϊόντα**

Κρέμες κάλυψης, διορθωτικά χρώματος, βάση σκιάς ματιών για το πάνω βλέφαρο, αντισέρ: όλα αυτά μαζί ή και ξεχωρα το

καθένα εφαρμόζονται για να υποβαθμίσουν δερματικά προβλήματα προσώπου και σώματος.

#### **4. Χρωματισμένη βάση (foundation )**

Κυκλοφορεί σε πολλά χρώματα και μορφές, ο τύπος τελικά που επιλέγεται εξαρτάται από την κατάσταση και το χρώμα της επιδερμίδας, καθώς και από το είδος του μακιγιάζ.

#### **5. Πούδρα**

Είναι απαραίτητη για να συμπληρωθεί και να σταθεροποιηθεί η τοποθέτηση των προϊόντων του μακιγιάζ.

#### **6. Ρουζ**

Είναι από τα απαραίτητα προϊόντα του μακιγιάζ, κυκλοφορεί σε πολλούς τύπους και χρώματα.

#### **7. Χρώματα σκιών για το μακιγιάζ των ματιών**

Υπάρχει μεγάλη ποικιλία χρωμάτων και μορφών ώστε να υπάρξει το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.

#### **8. Eyeliner**

Χρησιμοποιείται για το περίγραμμα των ματιών, κυκλοφορεί στα κλασικά χρώματα μαύρο, καφέ αλλά και σε όλα τα χρώματα (μοβ, μπλε, πράσινο κ.τ.λ.).

#### **9. Μολύβια**

Χρησιμοποιούνται στο περίγραμμα των ματιών και των χειλιών. Κυκλοφορούν σε πολλούς τύπους (σκληρά, μαλακά, λεπτά, χοντρά) και σε πολλά χρώματα.



## **10. Κραγιόν**

Τελειοποιούν το μακιγιάζ των χειλιών. Κυκλοφορούν σε πολλά χρώματα και τύπους.

## **11. Lip-gloss**

Συμπληρώνουν το μακιγιάζ των χειλιών, μπορεί να είναι με χρώμα η απλά να δίνουν γυαλάδα στα χείλη.

## **12. Ψεύτικες βλεφαρίδες**

Δίνουν όγκο και μάκρος στο βλέφαρο.

Σε βιβλιογραφική ανασκόπηση της επίδρασης του μακιγιάζ στην ψυχολογία των γυναικών (Μεγακλή ,2008) βρέθηκαν τα ακόλουθα:

<<Η βάση make-up χρησιμοποιείται για να διορθώσει το χρώμα του δέρματος. Αποκρύπτει ατέλειες, όπως στίγματα ουλές, μαύροι κύκλοι, κοκκινίλες και προωθεί τη διαύγεια, ομοιοχρωμία και καθαρότητα του δέρματος (Aucoin, 1997). Οι σκιές τονίζουν τα μάτια με τις αντιθέσεις των χρωμάτων (Quant, 1996). Το μολύβι και το eyeliner δίνουν σχήμα στα μάτια και τονίζουν το περίγραμμα τους (Aucoin, 1997). Η μάσκαρα δίνει μήκος, όγκο και χρώμα ώστε τα μάτια να δείχνουν μεγαλύτερα. Ο συνδυασμός και των τριών μπορεί να μεταβάλει το μέγεθος των ματιών και να τους δώσει έμφαση, όπως φωτεινότητα σε σκοτεινά, μικρά ή εσώφθαλμα μάτια (Σαββίδου, 1998), επηρεάζοντας τη φυσική εμφάνιση του προσώπου (Aucoin, 1997). Κραγιόν διαφορετικών αποχρώσεων και υφής -υγρά, ματ- έχουν ποικίλες επιδράσεις στην ολική εμφάνιση και χαρακτήρα ενός προσώπου (Quant, 1996). Είναι σημαντικό καλλυντικό για τη χρωματική ισορροπία του

προσώπου, ιδίως όταν τα μάτια είναι έντονα μακιγιαρισμένα (Aucoin, 1997). Μπορεί να μειώσει το μέγεθος σε σαρκώδη χείλη, να δώσει όγκο σε πολύ λεπτά και να διαφοροποιεί το σχήμα τους αλλάζοντας την εικόνα του προσώπου (Aucoin, 1997; Johnson Gross, Stone, 1997).>>

## **ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΑΚΙΓΙΑΖ**

Κάθε επαγγελματίας για να ασκήσει το επάγγελμά του χρειάζεται κάποιον εξοπλισμό, εργαλεία και προϊόντα. Το ίδιο συμβαίνει και με τον μακιγιέρ που πρέπει να έχει επίσης τα σωστά σύνεργα για να επιτύχει τον επιδιωκόμενο σκοπό .

Τα απαραίτητα για την δουλειά του μακιγιέρ σύνεργα είναι:

- Πινέλα
- Βουρτσάκια
- Σφουγγαράκια
- Τσιμπιδάκια για την αφαίρεση των τριχών
- Πένσα βλεφαρίδων
- Ψαλιδάκι
- Σπάτουλες
- Ξύστρα
- Βαμβάκι
- Χαρτομάντιλα
- Μπατονέτες
- Ελαστικές κορδέλες
- Κόλλα και λαβίδες για τις βλεφαρίδες

## **ΠΩΣ ΕΠΙΔΡΑ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ**

Η ωραία εμφάνιση επιδρά θετικά στην ψυχολογία, αυξάνει την αυτοπεποίθηση και η αισιοδοξία του ατόμου αντανακλάται στο πρόσωπό του. Η ομορφιά όμως δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν αυτοσκοπός αλλά σαν μέσο.

Δεν υπάρχει ούτε υπήρχε ποτέ διαχρονικό πρότυπο ομορφιάς. Η ομορφιά είναι ανάλογα της περιοχής όπου εμφανίζεται και της εποχής.

Στην εποχή μας έχει πια διαχωριστεί η ιδανική από την πραγματική ομορφιά. Κάθε γυναίκα ή άνδρας μπορεί να είναι όμορφος μέσα από τις όποιες ατέλειές του, αρκεί να ελευθερωθεί από τη σύγκριση με τα τυποποιημένα μοντέλα ομορφιάς, αξιοποιώντας τα δικά του ωραία στοιχεία.

Ο μακιγιέρ ξέρει το επάγγελμά του και γνωρίζει την ψυχολογία του ανθρώπου και μπορεί να βοηθήσει θετικά στη σωστή εμφάνισή του.

Σκοπός του μακιγιάζ δεν πρέπει να είναι η υπόθαλψη των φαντασιώσεων του ατόμου, αλλά η αξιοποίηση των όμορφων στοιχείων του ίδιου, ώστε να το βοηθήσει να βρει την ψυχική του ισορροπία και την αρμονία του εσωτερικού του κόσμου.

Σύμφωνα με έρευνες που έγιναν σε γυναίκες γυμνασίου, λυκείου, φοιτήτριες και μεγαλύτερης ηλικίας, το μακιγιάζ επηρέασε πάρα πολύ την ψυχολογία τους.

Πριν το μακιγιάζ είχαν χαμηλή αυτοπεποίθηση και ψυχολογία όχι τόσο καλή. Μετά το μακιγιάζ η αυτοπεποίθηση έφτανε σχεδόν στο ζενίθ. Παρατηρούσαν τα μάτια τους, πολύ έντονα, τα ζυγωματικά τους, τα χείλη τους. Αισθάνονταν θελκτικές, γεμάτες

αυτοπεποίθηση, και δεν αγχωνόντουσαν να μπουν στη διαδικασία να συγκριθούν με κανένα 'ιδανικό' πρότυπο.

Τους 'άρεσε' αυτό που έβλεπαν, τους άρεσε ο εαυτός τους.

## **ΜΕΘΟΔΟΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Επάνω στο θέμα της ψυχολογίας και του μακιγιάζ και κατά πόσο επηρεάζεται η ψυχολογία του ατόμου μετά την εφαρμογή του μακιγιάζ σε έναν συνδυασμό πριν και μετά, έγινε μία έρευνα σε 22 άτομα, παίρνοντας λήψεις του πριν και του μετά. Απάντησαν προφορικά με την μέθοδο της συνέντευξης σε ερωτήσεις που περιγράφουν την μεταβολή της εικόνας του προσώπου τους και την επίδραση του μακιγιάζ στην ψυχολογία τους.

Κάποιες από τις ερωτήσεις ήταν για τα μαλλιά, το δέρμα του προσώπου, τη μύτη, τα μίλα, το πηγούνι, το προφίλ, τα μάτια, τα χείλη, τα ζυγωματικά, (τη συνολική εμφάνιση του προσώπου).

Η ηλικία αυτών κυμάνθηκε από 18 έως 60 ετών, κάτοικοι ως επί το πλείστον Θεσσαλονίκης, οι μισές εργαζόμενες. Η εμπειρία τους στο μακιγιάζ ήταν μηδενική για το 20%, μικρή για το 40%. Ενώ το υπόλοιπο 40% μακιγιάρωνταν καθημερινά.

Αναλύσαμε ξεχωριστά κάθε πρόσωπο και τα επιμέρους χαρακτηριστικά της κάθε γυναίκας. Ακολούθησε διόρθωση του σχήματος του προσώπου με κανόνα το οβάλ σχήμα και διόρθωση των επιμέρους ατελειών με την μέθοδο του καλυπτικού μακιγιάζ και των φωτοσκιάσεων ώστε να καταστήσουμε ιδανικά τα επιμέρους χαρακτηριστικά (Μεγακλή, 1999). Με κατάλληλη επιλογή χρωμάτων, βασισμένη στα φυσικά χρώματα του μοντέλου και εναρμονισμένα με το ντύσιμο έγινε ένα μακιγιάζ ανάλογα με την

περίσταση. Το μακιγιάζ διήρκεισαι από μισή έως μια ώρα για κάθε μοντέλο και έγινε μια φορά. Ακολούθησε φωτογράφιση προκειμένου να υπάρξει σύγκριση της εικόνας τους πριν και μετά, τόσο όσο αφορά την μεταβολή που επήλθε στο πρόσωπο τους όσο και στην συνολική τους εικόνα.

Η κάλυψη των ρυτίδων , των μελαχρωματικών ή αχρωματικών βλαβών , των ουλών, των στιγμάτων και άλλων ατελειών του προσώπου (βλάβες) από ακμή , είναι λόγοι αισθητικής παρέμβασης με μακιγιάζ , που ωραιοποιούν το πρόσωπο χαρίζοντας μια υγιή και εξιδανικευμένη εικόνα. Αύου το πρόσωπο και η εμφάνιση γενικότερα επιδρά θετικότερα στις συναναστροφές μιας γυναίκας. Η βελτιωμένη εξωτερική εμφάνιση βοηθά την συναναστροφή και αποδοχή από τους άλλους. Κάτι παραπλήσιο βρήκαν σε ερευνά τους ο Mulhern και οι συνεργάτες του (2003),αφού η βελτιωμένη εξωτερική εμφάνιση συνεισφέρει στην ελκυστικότητα μιας γυναίκας.

Η αισθητική παροχή με μακιγιάζ συνέβαλε στη βελτίωση της εικόνας του προσώπου με την ενίσχυση της εξωτερικής εμφάνισης γιατί κατά τη διάρκεια της εφαρμογής του μακιγιάζ έγινε και η μετατροπή του χτενίσματος τους, με αποτέλεσμα να είναι πιο έντονο και πολύ πιο ωραίο το όλο αποτέλεσμα.

Η καλαισθησία μπορεί να φανεί μέσα από ένα διακριτικό μακιγιάζ (Σαββίδου, 1998) καθώς και από κατάλληλη επιλογή ένδυσης που αναδεικνύει τα όμορφα σημεία του σώματος και κρύβει τις ατέλειές του.

Τα άτομα που είχαν το μακιγιάζ ως παρέμβαση είχαν ανάλογη βελτίωση στις τιμές της αυτοεκτίμησης και μάλιστα παρουσίασαν

και αύξηση των σκορ στην επαναμέτρηση. Μπορεί λοιπόν οι γυναίκες αυτές να έδιναν μεγάλη σημασία στην εικόνα του προσώπου τους. Πιθανά να μην ήταν ικανοποιημένες από την εμφάνιση του προσώπου τους και με την παρέμβαση να έδωσαν και μεγαλύτερες βελτιώσεις στην αυτοεκτίμηση. Ή ακόμη η αυτοεκτίμηση τους να βελτιώθηκε επειδή παρέμεινε εντυπωμένο στη μνήμη τους κάποιο θετικό σχόλιο για την εικόνα του προσώπου τους από κάποιους ειδικούς ή «σημαντικούς άλλους», μιας και η πεποίθηση των ατόμων ότι έκαναν κάτι θετικό μπορεί να βελτίωσε την αυτοεκτίμησή τους.

### **ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ - ΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΣΤΙΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ**

**Μοντέλο 1 (φ. 1, 3) :** Ακνεικό πρόσωπο με μία ένταση κυρίως στην κάτω σιαγόνα. Φλύκταινες στη ζώνη του T. **Μετά** κάλυψη με διορθωτικό χρώματος πράσινο κατά τόπους για αποφυγή ερυθρότητας και μετά make-up. Αρκετή διάφανη πούδρα για την αντιμετώπιση της λιπαρότητας.

**Μοντέλο 2 (φ. 4, 6):** Διπλοσάγονο, έντονο τελείωμα μύτης, μικρά μάτια και σε αρκετή απόσταση (αραιοφθαλμία). **Μετά** κάλυψη απλή με make-up στο χρώμα της, σκιές ανοιχτόχρωμες στο κάτω βλέφαρο πιο σκούρα χρώματα και στην εσωτερική γωνία του βλεφάρου.

**Μοντέλο 3 (φ. 7, 8):** Ακμή σε ύφεση με εμφανή ερυθρά σημάδια. **Μετά** διορθωτικό χρώματος πράσινο – αποφυγή ερυθρότητας και make-up.

**Μοντέλο 4 (φ. 11, 13):** Ακνεικό πρόσωπο, μεγάλο τελείωμα μύτης, μικρά χείλη. **Μετά** κάλυψη με διορθωτικό χρώματος, ένα τόνο πιο

σκούρο από το φυσικό της, make-up στα χρώματά της, μέγλωμα άνω χείλους.

**Μοντέλο 5 (φ. 14, 15):** Σκούρα επιδερμίδα με ακανόνιστα χείλη, φλύκταινες στο άνω χείλος και στο μέτωπο. **Μετά** βάση πιο ανοιχτή από τη δική της, φωτεινή σκιά στον έσω κανθό, σβήσιμο του φυσικού διαγράμματος των χειλιών, παρέμβαση, διόρθωση με μολύβι.

**Μοντέλο 6 (φ. 16, 18):** Σκούροι κύκλοι γύρω από τα μάτια, μεγάλο ακίνητο βλέφαρο, φαρδιά μύτη. **Μετά** κάλυψη σκίασης της μύτης, σκιές με έναν τόνο ανοιχτές στον έσω κανθό και στο κινητό βλέφαρο εξωτερική γωνία  $\frac{1}{4}$  του ακίνητου σκούρη.

**Μοντέλο 7 (φ. 19, 21):** Σκοτεινή περιοχή γύρω από τα μάτια, φαρδιά μύτη, ακανόνιστα χείλη. **Μετά** κονσίλερ υποκίτρινο, βάση στα χρώματά της, περίγραμμα χειλιών για τη διόρθωσή τους.

**Μοντέλο 8 (φ. 25, 26):** Διάχυτη ακμή σε έξαρση, φαγέσωρες, φλύκταινες, βλατίδες σε έξαρση. **Μετά** διορθωτικό χρώματος πράσινο σε όλο το πρόσωπο, σε ροζ χρώματα η βάση, αρκετή άχρωμη πούδρα για την αντιμετώπιση της λιπαρότητας, ένταση στα μάτια.

**Μοντέλο 9 (φ. 27, 28):** Πλατιά μύτη, χείλη με οίδημα (αλλεργία σε ύφεση). **Μετά** σκίαση πλαϊνά μύτης, φωτεινότητα κατά τον άξονα της μύτης, κάλυψη των βλαβών γύρω από τη μύτη, διόρθωση στα χείλη. Έδωσα ένταση στα μάτια.

**Μοντέλο 10 (φ. 29, 30):** Εξόφθαλμα μάτια. **Μετά** σκούρο μολύβι γύρω και μέσα από αυτά για να μειωθεί η ένταση. Έξω κανθός γωνία ανοδική.

**Μοντέλο 11 (φ. 31, 33):** Πολύ λευκό άτονο πρόσωπο. **Μετά** μακιγιάζ βραδινής εξόδου με ένταση στα μάτια, βάση σε ροζ αποχρώσεις.

**Μοντέλο 12 (φ. 35, 36):** Ακμή στο T του προσώπου, μικρά χείλη, άτονα καθοδικά βλέφαρα. **Μετά** κάλυψη των σπιγμάτων, ανοδική ένταση στα μάτια.

**Μοντέλο 13 (φ. 37, 38):** Διορθωτικό μακιγιάζ, ένταση στα μάτια και κυρίως στον έξω κανθό και στα κάτω βλέφαρα.

**Μοντέλο 14 (φ. 40, 43):** Πρωινό – απογευματινό μακιγιάζ. Βάση σε χρώματα συνδυασμού ματιών και ρούχων.

**Μοντέλο 15 (φ. 44, 45, 46):** Βραδινό μακιγιάζ – διόρθωση φρυδιών. **Μετά** χρώματα σκιών και μολυβιών σύμφωνα με τα φυσικά της χρώματα και του ενδύματος.

**Μοντέλο 16 (φ. 47, 48, 49) :** Διόρθωση χρώματος επιδερμίδας και χειλιών. Απογευματινό και βραδινό μακιγιάζ.

**Μοντέλο 17 (φ. 56, 58):** Μοντέλο 16 ετών. Βραδινό μακιγιάζ, ελαφρύς τονισμός χειλιών και ματιών.

**Μοντέλο 18 (φ. 61, 62):** Διόρθωση μακιγιάζ – Πρωινό μακιγιάζ.

**Μοντέλο 19 (φ. 63, 65):** Βραδινό μακιγιάζ – Διόρθωση βλάβης στο δεξί κάτω μάγουλο, άτονο πρόσωπο, ένταση στα μάτια.

**Μοντέλο 20 (φ. 66, 67):** Βραδινό μακιγιάζ – 40 ετών, τονισμός ματιών. Αντιμετώπιση λιπαρότητας.

**Μοντέλο 21 (φ. 69, 71):** Βραδινό μακιγιάζ μέσης ηλικίας, 65 ετών.

**Μοντέλο 22 (φ. 73, 74, 75):** Βραδινό – απογευματινό μακιγιάζ, διόρθωση χειλιών, ματιών, φρυδιών, ηλικίας 53 ετών.



## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

- Η έρευνα αυτή έδειξε ότι οι γυναίκες που δέχτηκαν το μακιγιάζ και την στιλιστική παρέμβαση (χτένισμα), έδειξαν ικανοποιητικότερα αποτελέσματα όσο αφορά την ψυχολογία τους σε σχέση με εκείνες που έκαναν ένα απλό μακιγιάζ.
- Οι διόρθωση των ατελειών του προσώπου και η αλλαγή των επιμέρους χαρακτηριστικών βελτίωσε την εικόνα του προσώπου τους σημαντικά.
- Η επιλογή των χρωμάτων του προσώπου τους και η επιλογή των χρωμάτων του μακιγιάζ ενίσχυσε την διάθεση τους και την αυτοπεποίθηση τους.
- Η παρέμβαση με μακιγιάζ από επαγγελματία αισθητικό ενίσχυσε την ελκυστικότητα τους και επιβεβαίωσε την βελτίωση της ψυχολογίας τους.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

- Για την βελτίωση της εικόνας του προσώπου και την ενίσχυση της ψυχολογίας μιας γυναίκας προτείνετε συνδυασμός μακιγιάζ με άλλες αισθητικές παρεμβάσεις όπως: καθαρισμός ,πρόγραμμα αισθητικής περιποίησης στο πρόσωπο ανάλογα με τις ανάγκες της επιδερμίδας.
- Καθημερινή περιποίηση με ανάλογα κοσμετολογικά προϊόντα που ενδείκνυνται για κάθε επιδερμίδα ,από την ίδια.
- Συμβουλές από επαγγελματίες αισθητικούς ανάλογα με την τάση της μόδας και την εξατομικευμένη προσωπικότητα κάθε γυναίκας.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Kelson, T.R., Kramzy-Cooke, A, Lansky, L.M. (1990). Body image and body beautifaction among female college students. *Perceptual of Motor Skills*, 71, 281-289.
- Corson Richard, *Fashion in Make-up from ancient to Modern times* London 1989.
- Hutchence Patricia, *Make-up is magic*, 1988.
- Kettle Jan, *The basic guide to make-up*. London 1986.
- Orflame U.K., Limited, *Beauty Basics*. 1986.
- Winyard Gaynor, *A guide for neutrality and beauty therapists*. England 1996.
- Genders Roy, *Natural beauty*. London 1992.
- Kehol J. K., *The technique of the professional make-up artist*. London 1985.
- Aucoin K., *Making faces*. Prion, London, 1997.
- Etoff N., *Survival of the Prettiest. The Science of Beauty* Little, Brown & Co., London 1999.
- Gross Johnson, K. & Stone, J. *Woman's Face: Make-up and Skin Care*. Thames & Hudson, London, 1997.
- Mulhern R., G., Feldman, T., Hussey, J.L. Leveque & P. Pineau, Do cosmetics en Lanos female Caucasian facial attractiveness? *International Journal of Cosmetic Science*, 25, 199-205, 2003.

- Quant M., Classic Make-up & Beauty Book. Dorling Kindersley, London, 1996.
- Σαββίδου Άννα, Μορφολογία – Ιδιομορφίες προσώπου. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης. Σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας. Τμήμα Αισθητικής, Θεσσαλονίκη 2001.
- Πέπα Μαρία. Θεατρικό μακιγιάζ ψιμυθίωσης στο θέατρο. Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα. Σχολή Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας. Τμήμα Αισθητικής. Θεσσαλονίκη 2002.
- Μεγακλή Θ. «Η επίδραση της άσκησης και της αισθητικής παρέμβασης στην αυτοεκτίμηση και την ικανοποίηση σώματος γυναικών». Μεταπτυχιακή διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού Σερρών, 2008.
- Στεργίου Ελένη. «Η ιστορία του μακιγιάζ ξεκινάει από τους προϊστορικούς χρόνους» 21/10/2006. «Ιστορία του Μακιγιάζ», 5/8/2008 (hstergiou@kathimerini.gr)
- Στεργίου Ελένη. «Τι είναι ομορφιά» 21/10/2006. «Ιστορία του μακιγιάζ» 5/8/2008 (hstergiou@Kathimerini.gr)
- Στεργίου Ελένη. «Οι εφαρμογές του αριθμού Φ» 21/10/2006. «Ιστορία του μακιγιάζ» 5/8/2008 (hstergiou@Kathimerini.gr)

