ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ : ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΧΕΙΡΟΥΡΓΙΚΗ

ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ : ΠΑΝΤΑΖΗ ΛΑΜΠΡΙΝΗ

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΑΛΕΞΙΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΑΘΗΝΑ 2005

HET
MAN

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή

Αφορμή για την παρούσα εργασία στάθηκε κάποια προσωπική εμπειρία που είχαμε για το συγκεκριμένο θέμα. Μας έκανε εντύπωση το πόσο μεγάλη βαρύτητα δίνουν ορισμένοι στην εξωτερική τους εμφάνιση και σε πόσο μεγάλο βαθμό τη συνδέουν με τη θετική αξιολόγηση της αυτό-εικόνας τους, της αυτο-παρουσίασής τους και της αυτο-πεποίθησης τους. Η εξωτερική εικόνα του ατόμου φαίνεται να επηρεάζει καθοριστικά τη συμπεριφορά και τις επιλογές του στις διάφορες διαστάσεις της προσωπικής και της κοινωνικής του ζωής. Μια σημαντική διάσταση της ζωής του ειναί αναμφισβήτητα και το επάγγελμα. Θεωρήσαμε λοιπόν, ότι η εξωτερική εμφάνιση του ατόμου φαίνεται να επηρεάζει τις επαγγελματικές του επιλογές και την επαγγελματική του ανέλιξη. Επίσης μια ακόμη αίσθηση που μας δημιουργήθηκε είναι ότι τα άτομα αναπαραστασιακά συνδέουν την αυξημένη αυτο-πεποίθηση του κάποιου με τη θετική εξωτερική του εικόνα. Το περιβάλλον μας δίνει τη δυνατότητα να παρατηρήσουμε (από διάφορες προσωπικές, εμπειρικές παρατηρήσεις) ότι τα άτομα πολλές φορές είναι διατεθημένα να διορθώσουν ενδεχόμενες σωματικές τους δυσμορφίες προχορώντας ακόμη και σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. Μπορεί ακόμη να παρατηρήσει κανείς ("ερασιτέχνης" επιστήμονας) ότι οι γυναίκες διακρίνονται από μεγαλύτερη φιλαρέσκεια σε σχέση με τους άνδρες. Με βάση αυτό αναμένουμε, σε μια υπόθεσή μας, ότι θα υπάρχουν διαφορετικές αναπαραστάσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών για την πλαστική χειρουργική. Τέλος, υποθέτουμε ότι άτομα που εργάζονται σε ιδιωτική επιχείρηση θα έχουν διαφορετικές αναπαραστάσεις για το ρόλο της εξωτερικής εμφάνισης σε σχέση με τις επαγγελματικές επιλογές και την ανέλιξη ενός ατόμου σε αυτό.

Για τη διερεύνηση λοιπόν όλων των παραπάνω αποφασίσαμε να επιλέξουμε ένα εργασιακό περιβάλλον και να χορηγήσουμε ένα ερωτηματολόγιο που κατασκεύασαμε (μετά από προσωπικές συνεντεύξεις και μελέτη της θεωρίας) για τις αναπαραστάσεις σε σχέση με την αυτό-εικόνα, την αυτό-πεποίθηση, το επάγγελμα και την πλαστική χειρουργική. Θεωρήσαμε ότι ένας αντιπροσωπευτικός επαγγελματικός χώρος είναι δυνατόν να είναι α) η Τράπεζα, επιλέξαμε λοιπόν τρεις μεγάλες τράπεζες (Citibank, Eurobank και Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας), δύο

ιδιωτικές και μια δημόσια, για να διερευνήσουμε και τη διαφορά, αν υπάρχει, μεταξύ των αναπαραστάσεων ατόμων που εργάζονται σε ιδιωτικό περιβάλλον σε σχέση με εκείνα που εργάζονται σε δημόσιο περιβάλλον, καθώς και β) μια μεγάλη ιδιωτική μεταφορική εταιρεία.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ

Ορισμός:

Οι αναπαραστάσεις πρωτοεμφανίστηκαν στο χώρο της κοινωνιολογίας με τον Durkheim (1898), ο οποίος έκανε τη διάκριση μεταξύ των συλλογικών και ατομικών αναπαραστάσεων, θέλοντας να επισημάνει την ιδιομορφία της συλλογικής σκέψης σε σχέση με την ατομική. Σύμφωνα με τον Durkheim , όπως η ατομική αναπαράσταση δε μπορεί να περιορισθεί στην πνευματική λειτουργία του ατόμου αλλά είναι μια πολύπλοκη ψυχική διεργασία, έτσι και η συλλογική δε μπορεί να περιορισθεί στο σύνολο των ατομικών αναπαραστάσεων παρόλο που οι συλλογικές αναπαραστάσεις αντιμετωπίζονται από τον Durkheim με τρόπο στατικό – η ίδια εξάλλου η έννοια της συλλογικής αναπαράστασης δηλώνει την επικυριαρχία του κοινωνικού στο ατομικό- ο ίδιος επισημαίνει ότι ο ρόλος της κοινωνικής ψυχολογίας είναι να μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο οι αναπαραστάσεις πλησιάζουν και απομακρύνονται, υποστηρίζονται και αναιρούνται, συγχωνεύονται και διαχωρίζονται[1].

Ο Moscovici προτείνει τις «κοινωνικές» αναπαραστάσεις στη θέση των «συλλογικών» αναπαραστάσεων. Από τη μία δηλώνοντας την πολυπλοκότητα των ατόμων και των ομάδων και από την άλλη, ρίχνοντας το βάρος την επικοινωνία η οποία επιτρέπει στα συναισθήματα και στα άτομα να συγκλίνουν, με τρόπο ώστε κάτι που είναι ατομικό να γίνεται συλλογικό και το αντίστροφο.

Η αναγκαιότητα του να κάνουμε την αναπαράσταση μια γέφυρα μεταξύ του ατομικού και κοινωνικού κόσμου, να τη συνδέσουμε στη συνέχεια στην προοπτική μιας κοινωνίας που αλλάζει αιτιολογεί τη συγκεκριμένη τροποποίηση. Ο ίδιος συγγραφέας επισημαίνει ότι όρος των κοινωνικών αναπαραστάσεων ανήκει «στη δική μας κοινωνία και το δικό μας πολιτισμό», και αυτό εξαιτίας των συνεχών αλλαγών που υφίσταται[2].

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις δεν περιορίζονται ούτε στο ενδο-ατομικό επίπεδο ούτε στο κοινωνικό, αλλά είναι αποτέλεσμα και των δύο. Στο δυναμικό μοντέλο του ο Moscovici , το οποίο έρχεται σε αντίθεση με το μπιχαβιοριστικό

---

[1] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας ,σελ 13.
[2] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 14.

μοντέλο του «ερεθίσματος-Απάντηση», υποστηρίζει πως η κοινωνική αναπαράσταση καθορίζει και το ερέθισμα και την απάντηση Οργανισμός – Ερέθισμα – Οργανισμός – Απάντηση. Τόσο το ερέθισμα όσο και η Απάντηση, που αλληλοεξαρτώνται, διαμεσολαβούνται από το άτομο και δεν υπάρχει ρήξη ανάμεσα στον εσωτερικό και τον εξωτερικό κόσμο, αυτού του τελευταίου. Το άτομο δεν περιορίζεται σε έναν ανεξάρτητο βιολογικό οργανισμό, ο οποίος δέχεται ερεθίσματα στα οποία απαντάει. Είναι το οικοδόμημα μιας συνεχούς αλληλεπιδρασιακής σχέσης με το περιβάλλον του. Από την άλλη, το ερέθισμα είναι κοινωνικά ενσωματωμένο, δεν είναι ανεξάρτητο και αυτόνομο. Κατά συνέπεια η απάντηση είναι συνάρτηση, νοούμενη ως διαλεκτική σχέση του ατόμου και του ερεθίσματος και ο Moscovici καταλήγει ότι τα άτομα στην καθημερινή τους ζωή δεν είναι μόνο αυτές οι παθητικές μηχανές που υπακούουν στους μηχανισμούς, καταγράφουν μηνύματα και αντιδρούν στα εξωτερικά ερεθίσματα, όπως τα εμφανίζει μια κοινωνική ψυχολογία της ισορροπίας περιορισμένη στη συλλογή απόψεων και εικόνων. Αντίθετα κατέχουν τη φρεσκάδα της φαντασίας και την επιθυμία να δώσουν ένα νόημα την κοινωνία και το σύμπαν που είναι δικά του[3].

Σύμφωνα με την Herzlich , η θεωρία των κοινωνικών αναπαραστάσεων δίνει τη σύνδεση ανάμεσα στο ψυχολογικό και το κοινωνικό επίπεδο, διότι «κατά πρώτον», μεταφράζει μια άρνηση να αντιμετωπίσει την κοινωνική σκέψη σαν μια απλή παραλλαγή, μια διαφοροποίηση – από τη φύση των ερεθισμάτων, για παράδειγμα –της ατομικής σκέψης. Επιπλέον, εκδηλώνει μια προσπάθεια να επανεισάγει, στην αξίωση για παγκοσμιότητα των κοινωνιοψυχολογικών «νόμων», την ποικιλία των αντικειμένων, των ιδιαίτερων κοινωνικών συνθηκών και καταστάσεων-[4].

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις είναι απαραίτητες στην καθημερινή μας ζωή, στις σχέσεις που εγκαθιδρύουμε με τους άλλους, στην επικοινωνία, στις ανθρώπινες γενικότερα δραστηριότητες.

Ο όρος «κοινωνικές αναπαραστάσεις» περικλείει οτιδήποτε έχει σχέση με την κοινή σκέψη. Είναι το αποτέλεσμα μιας κοινωνικά επεξεργασμένης και κοινά αποδεκτής γνώσης. Είναι μια μετάφραση της πραγματικότητας, μια ανοικοδόμηση του αντικειμένου με τρόπο ώστε να γίνει κατανοητό σε μας και τους άλλους. Η κοινωνική αναπαράσταση είναι ένα εργαλείο με τη βοήθεια του οποίου ένα άτομο ή

[3] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 14.
[4] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 15.

μια κοινωνική ομάδα αντιλαμβάνεται και ιδιοποιείται τον περιβάλλοντα κόσμο. Είναι μια κοινωνική πρόσληψη που παίζει σημαντικό ρόλο στο επίπεδο της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς. Είναι μια κοινωνιογνωστική διεργασία μέσα από την οποία το υποκείμεν ο πλησιάζει το αντικείμενο το οποίο μπορεί να είναι ένα πρόσωπο, ένα πράγμα, ένα γεγονός, μια ιδέα, μια θεωρία.Η κοινωνική αναπαράσταση είναι πάντα η αναπαράσταση ενός υποκειμένου για ένα αντικείμενο[5].

Σύμφωνα με το Moscovici οι κοινωνικές αναπαραστάσεις έχουν δύο όψεις: μια παθητική και μια ενεργητική. Η πρώτη (παθητική όψη) συνίσταται σε μια ομοιόμορφη αντιγραφή της εξωτερικής πραγματικότητας, μια φωτογραφία, μια εικόνα που κατοικεί στον εγκέφαλο. Η δεύτερη (ενεργητική όψη), σε μια «αναπαραγωγή» των ερεθισμάτων (πράξεις, καταστάσεις, αντικείμενα) που βρίσκονται σε συνεχή κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ τους και σε μια ανοικοδόμηση αυτών των ερεθισμάτων μέσα σ' ένα πλαίσιο κανόνων, αξιών και εννοιών με τον οποίο βρίσκονται αλληλέγγυα. Όπως υποστηρίζει ο Abric , η αναπαράσταση δεν είναι μια ενόραση του περιβάλλοντος κόσμου. Είναι «σύστημα προσδοκιών και προβλέψεων». Η αναπαράσταση δεν είναι μια «εικόνα» της πραγματικότητας, δηλαδή ένα στατικό προϊόν, μια αντανάκλαση. Είναι μια ενέργεια που πηγαίνει πέραν του άμεσου, προετοιμάζει το μέλλον[6].

Η Jodelet λοιπόν υποστηρίζει σε ένα ορισμό που συνοψίζει στοιχεία όλων των προαναφερθέντων ότι «Η έννοια της κοινωνικής αναπαράστασης προσδιορίζει μια μορφή ειδικής γνώσης, τη γνώση της κοινής γνώμης, της οποίας τα περιεχόμενα δηλώνουν γενετικές και λειτουργικές διαδικασίες, οι οποίες είναι κοινωνικά σφραγισμένες. Πιο πλατιά προσδιορίζει μια μορφή κοινωνικής σκέψης».

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις είναι τρόποι της πρακτικής σκέψης που προσανατολίζονται προς την επικοινωνία, την κατανόηση και τον έλεγχο του κοινωνικού, υλικού και ιδεατού περιβάλλοντος.

Σαν τέτοιες , παρουσιάζουν ειδικά χαρακτηριστικά στο επίπεδο της οργάνωσης των περιεχομένων, των νοητικών εγχειρημάτων της λογικής.

Το κοινωνικό σφράγισμα των περιεχομένων ή των διαδικασιών της αναπαράστασης πρέπει να ανάγεται στις συνθήκες και στα πλαίσια μέσα από τα

[5] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 16.
[6] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 16.

οποία κυκλοφορούν στις λειτουργίες που χρησιμεύουν στην αλληλεπίδραση με τον κόσμο και τους άλλους[7].

Θα έλεγε λοιπόν κανείς, συνοψίζοντας, ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις μιλάνε και δείχνουν, επικοινωνούν και εκφράζουν. Είναι κοινωνιογνωστικά συστήματα που έχουν το δικό τους λόγο. Όπως υποστηρίζει ο Moscovici οι αναπαραστάσεις μας επιτρέπουν να μελετάμε «ανώνυμα» φαινόμενα τα οποία «διαδραματίζονται μέσα στη σιωπή, σιωπηλές σκέψεις και σιωπηλές ομιλίες που δεν ακούμε ούτε βλέπουμε». *Είναι οι άπειρες συζητήσεις, συναντήσεις, βοές, απόψεις, που υφαίνουν τις περισσότερες σχέσεις και στολίζουν ένα μεγάλο μέρος της συγκεκριμένης μας ύπαρξης*[8].

[7] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις*, Οδυσσέας, σελ. 17.
[8] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις*, Οδυσσέας, σελ. 17.

Η ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η ιδιαιτερότητα των κοινωνικών αναπαραστάσεων εκδηλώνεται μέσα από τα χαρακτηριστικά τους γνωρίσματα, τα οποία μπορούν να συνοψιστούν σε τέσσερις ομάδες:

α) Η πρώτη αφορά στη διαδικασία σχηματισμού των κοινωνικών αναπαραστάσεων και τη δυναμική τους, β) η δεύτερη αναφέρεται στις συνθήκες ανάδυσης των κοινωνικών αναπαραστάσεων και στην ανεύρεση μιας αναλογίας ανάμεσα στην κοινωνική κατάσταση και το γνωστικό σύστημα, γ) η τρίτη έχει σχέση με την οργάνωση του περιεχομένου των κοινωνικών αναπαραστάσεων ,δ) και τέλος η τέταρτη, ρίχνει το βάρος στη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στις μορφές επικοινωνίας και στις μορφές των κοινωνικών απαντήσεων.

Η κοινωνική αναπαράσταση είναι συλλογική γιατί κατά τον Abric , για την παραγωγή και την επεξεργασία της, επηρεάζεται άμεσα από συνθήκες, ιστορικές, ιδεολογικές και οικονομικές[9].

Αναλυτικά:

α) Όσον αφορά στην πρώτη ομάδα , την παραγωγή και τη λειτουργία της κοινωνικής αναπαράστασης οφείλουμε να τις βλέπουμε σαν μια συνεχή διαδικασία ανάμεσα στο άτομο (ψυχολογικό) και την κοινωνία (κοινωνικό). Αυτή η αλληλεπίδραση, όπου το κοινωνικό μεταμορφώνει μια οποιαδήποτε γνώση σε αναπαράσταση η οποία με τη σειρά την επηρεάζει το κοινωνικό, μπορεί να γίνει κατανοητή μέσα από δύο χαρακτηριστικές διεργασίες: την αντικειμενοποίηση και την επικέντρωση.

Όσον αφορά στην πρώτη διαδικασία, αυτή οδηγεί στη συγκεκριμενοποίηση του αφηρημένου, στην υλοποίηση των εννοιών, στην αλλαγή του ορθολογικού της επιστημονικής γνώσης σε εικόνα ενός πράγματος, στη μετατροπή της επιστήμης σε κοινή γνώμη και σε δίκτυο σημασιών.

Η διαδικασία της επικέντρωσης από την άλλη συνίσταται στην ενσωμάτωση ενός άγνωστου αντικειμένου σε ένα οικείο δίκτυο κατηγοριών, με σκοπό την

[9] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 17.

κατανόηση και την εξήγηση του. Το αντικείμενο συνδέεται με γνωστές μορφές και αναθεωρείται μέσα απ'αυτές.

Με δύο λόγια, η αντικειμενοποίηση μεταφέρει την επιστήμη στον τομέα του είναι και η επικέντρωση την οριοθετεί σε εκείνον του πράττειν για να αποφευχθεί η απαγόρευση της επικοινωνίας.

β) Η ανάδυση των κοινωνικών αναπαραστάσεων καθορίζεται από ένα σύνολο κοινωνικών συνθηκών, οι οποίες προσβάλλουν το γνωστικό σύστημα. Οι συνθήκες αυτές είναι η διάχυση της πληροφορίας η εστία προσοχής και η πίεση για εξαγωγή συμπεράσματος.

Οι δύο πρώτες αφορούν το αντικείμενο της κοινωνικής αναπαράστασης και τη σημασία που προσλαμβάνει για το ατομικό ή συλλογικό υποκείμενο, ενώ η τελευταία αναφέρεται στην ίδια τη δράση του υποκειμένου. Πιο αναλυτικά:

Όσον αφορά τη διάχυση της πληροφορίας, ο Moscovici παρατηρεί *«για ένα κοινωνικό υποκείμενο υπάρχει ένα σύνολο πληροφοριών τις οποίες μπορεί, λίγο ή πολύ να έχει ή όχι στη διάθεση του ένα υποκείμενο. Εμφανίζεται όμως, αρκετά συχνά μια διάχυση της πληροφορίας και μια απόσταση ανάμεσα στις διαθέσιμες πληροφορίες του ατόμου για το αντικείμενο και σ' αυτές που θα ήταν αναγκαίες για να συγκροτηθεί μια στέρεη βάση της γνώσης του αντικειμένου».*

Η πληθώρα και η ποιοτική ανισότητα των πηγών πληροφόρησης σε σχέση με τον αριθμό των πεδίων ενδιαφερόντων που ένα άτομο πρέπει να κατέχει για να επικοινωνεί ή να συμπεριφέρεται, κάνουν αβέβαιες τις σχέσεις μεταξύ των εκτιμήσεων. Υπό το φως αυτής της ποικιλίας η διάκριση ανάμεσα στο μη καλλιεργημένο άτομο και σ' αυτό που είναι καλλιεργημένο –το τελευταίο χρησιμοποιεί τρόπους συλλογισμού περισσότερο επιστημονικούς- χάνει την αξία της. Πράγματι, αντιμέτωπο με μερικά προβλήματα, κάθε άτομο είναι μη καλλιεργημένο. Η σχολική, πανεπιστημιακή μόρφωση δημιουργεί μια μεγαλύτερη ικανότητα πρόσληψης των γνώσεων. Ωστόσο πολύ συχνά, οι διαφορές επισκιάζονται και οποιοδήποτε και αν είναι το επίπεδο μόρφωσης, τα άτομα είναι εφοδιασμένα με τον ίδιο τρόπο για να επικοινωνήσουν ή να εκφράσουν μια γνώμη.

Όσον αφορά στην *εστία προσοχής* του υποκειμένου που στρέφεται σε μερικές πλευρές του αντικειμένου εκφράζει τη σχέση του πρώτου με το τελευταίο. Η προσήλωση ενός ατόμου ή ομάδας (φοιτητές, καθηγητές, εργάτες) σε ορισμένα

αντικείμενα (ψυχανάλυση) μεταβάλλεται σύμφωνα με το ενδιαφέρον, το βαθμό εμπλοκής και τους ενδόμυχους προσανατολισμούς του ατόμου.

Τέλος, η πίεση για την εξαγωγή συμπεράσματος που παρατηρείται σε κάθε άτομο ή ομάδα, οφείλεται στην αναγκαιότητα των τελευταίων να δράσουν, να τοποθετηθούν, να επικοινωνήσουν.

Στην καθημερινή ζωή, οι συνθήκες και οι κοινωνικές σχέσεις απαιτούν από το άτομο ή την κοινωνική ομάδα να είναι ικανό (η), ανά πάσα στιγμή να δράσει, να τοποθετηθεί κ.λ.π. Με μια λέξη οφείλει να είναι σε θέση να απαντήσει. Αυτή η ετοιμότητα για απάντηση, σχετικά με ένα κοινωνικά καθορισμένο αντικείμενο, έχει ως αποτέλεσμα τις πιέσεις εξαγωγής συμπερασμάτων.

Τα χαρακτηριστικά του γνωστικού συστήματος που καθορίζουν την κοινωνική αναπαράσταση, δηλαδή τον τρόπο σκέψης που αναπτύσσεται στις κοινωνικές καταστάσεις χαρακτηρίζονται από την εξής διάκριση «γραπτή», «τυπική» σκέψη και την «προφορική», «φυσική» σκέψη. Η πρώτη έχει σχέση με την επιστημονική δραστηριότητα, η δεύτερη με τη δραστηριότητα του κοινού ανθρώπου, ο οποίος επιθυμεί να αλληλεπιδράσει άμεσα με τους συνομιλητές του, να τους επηρεάσει και να επηρεασθεί, να τους κατανοήσει και να γίνει κατανοητός με μια λέξη να επικοινωνήσει.

Στη «φυσική» σκέψη παρατηρείται ένα είδος αυθόρμητης διατύπωσης (κλισέ, μίμηση, εκφράσεις, κρίσεις), που συχνά εκφράζονται με επαναλήψεις και πλεονασμούς. Επιπλέον, παρατηρείται μια αιτιατή διφυία στην ερμηνεία των φαινομένων, που άλλοτε συνδέονται με τις προθέσεις και άλλοτε με τη διαδοχή των γεγονότων. Για παράδειγμα αποδίδονται οι «κακές αιτίες» στα «κακά αποτελέσματα». Ένα τρίτο χαρακτηριστικό της «φυσικής» σκέψης είναι η υπεροχή του συμπεράσματος, που δίνεται από την αρχή πριν γνωστοποιηθούν τα επιχειρήματα και η πληθώρα των συλλογισμών. Αντί δηλαδή η λογική σύνδεση να συμπίπτει με τον προσανατολισμό της κρίσης και να τον καθορίζει, είναι ο ίδιος ο προσανατολισμός που καθορίζει τη λογική σύνδεση.

Η «φυσική» σκέψη βρίσκεται σε μια βάση που αποτελείται από δύο διανοητικές οργανωτικές αρχές α) την αναλογία και β) την αποκατάσταση της γνωστικής δραστηριότητας. Η πρώτη αναφέρεται στην ταξινόμηση των στοιχείων σε οριοθετημένες και ελεγχόμενες κατηγορίες, ενώ η δεύτερη στην οργάνωση του λόγου και των αναπαραστάσεων του.

Η λειτουργία της κοινωνικής αναπαράστασης έγκειται στο να κάνει το παράξενο οικείο και το αόρατο ορατό. Οτιδήποτε είναι άγνωστο φοβίζει και ξενίζει το άτομο. Για να μπορέσει αυτό το τελευταίο να το δαμάσει, θα πρέπει να διαθέτει μια γνωστική κατηγορία για να το εντάξει και να εξοικειωθεί μαζί του. Οφείλουμε να σημειώσουμε ότι αυτές οι διανοητικές αρχές εντάσσονται στα πλαίσια γνωστικών στρατηγικών που λειτουργούν στη βάση της αρχής της οικονομίας (γνωστική οικονομία του όλου συστήματος) της αύξησης δηλαδή της απόδοσης και της μείωσης του κόστους.

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις λοιπόν, είναι το αποτέλεσμα των πολύπλοκων κοινωνικών συνθηκών και του «πολυφασικού» γνωστικού συστήματος που βρίσκονται σε διαλεκτική σχέση. Η «γνωστική πολυφασία», σύμφωνα με το Moscovici , είναι αυτή η ιδιαιτερότητα της συγχώνευσης δυσανάλογων στοιχείων στην κοινωνική αναπαράσταση[10].

[10] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 22-25.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η κοινωνική αναπαράσταση χαρακτηρίστηκε από το Moscovici ως «κόσμος των απόψεων». Η οργάνωση αυτού του κόσμου των απόψεων εξαρτάται από την κοινωνιοψυχολογική ταυτότητα των υποκειμένων (κοινωνική τάξη, ηλικία, φύλο, μορφωτικό επίπεδο ..) καθώς και από το αξιολογικό σύστημα κάθε κοινωνίας. Κάθε «κόσμος απόψεων» έχει τρεις διαστάσεις την πληροφορία, τη στάση και το πεδίο αναπαράστασης. Αυτές οι τρεις διαστάσεις καθορίζουν τόσο το περιεχόμενο, όσο και την οργάνωση και σημασία των κοινωνικών αναπαραστάσεων. Αναλυτικότερα:
α) Η *πληροφορία* ορίζεται ως το ποιοτικό και ποσοτικό επίπεδο της γνώσης που έχει ένα άτομο ή μια ομάδα για ένα κοινωνικό αντικείμενο, β) η *στάση* είναι μια ψυχική δομή, σχετικά σταθερή, και εκφράζει το γενικό προσανατολισμό, αρνητικό ή θετικό, ενός ατόμου ή μιας ομάδας απέναντι στο αντικείμενο της κοινωνικής αναπαράστασης, γ) Το *πεδίο αναπαράστασης* εκφράζει την οργάνωση και την ποσότητα του περιεχομένου της κοινωνικής αναπαράστασης. Το πεδίο αναπαράστασης υπάρχει «εκεί όπου υπάρχει ιεραρχημένη ενότητα των στοιχείων», και προϋποθέτει ένα minimum πληροφοριών τις οποίες συγκεντρώνει σ' ένα εικονικό επίπεδο που προσπαθεί να οργανώσει.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι από τις τρεις πιο πάνω διαστάσεις, τη στάση τη συναντάμε πιο συχνά από την πληροφορία και το πεδίο αναπαράστασης, σε σημείο μάλιστα που να καθορίζει τις δύο άλλες, με την έννοια ότι πληροφορούμεθα για ένα κοινωνικό αντικείμενο και οργανώνουμε την αναπαράσταση του στο βαθμό που ήδη έχουμε πάρει μια θετική στάση απέναντι του[11].

[11] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 25-25.

ΜΑΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Ο Moscovici μετά από μια εργασία του στις αρχές του 1950 εντόπισε τρία συστήματα επικοινωνίας που καθορίζουν το περιεχόμενο και τη δομή των μηνυμάτων: α) τη διάδοση, β) τη μετάδοση και γ) την προπαγάνδα. Το καθένα από αυτά αποσκοπεί στη διαμόρφωση μια συγκεκριμένης συμπεριφοράς στη γνώμη, στη στάση και τα στερεότυπα αντίστοιχα.

Αναλυτικά:

Α) ***Διάδοση*:** Το χαρακτηριστικό στοιχείο του συστήματος επικοινωνίας είναι η εγκαθίδρυση μιας ισότιμης σχέσης ανάμεσα στον πομπό και το δέκτη, μιας αντιστοιχίας μεταξύ του πομπού και του κοινού του. Η πηγή του μηνύματος δε στοχεύει στον προσανατολισμό του δέκτη προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση, αλλά στην εξάπλωση μιας γνώσης, κοινής για όλους. Στη διάδοση τα μηνύματα είναι ασυνεχή, τμηματικά, η σύνδεση μεταξύ τους τυχαία.. Η απουσία ισχυρής δομής των διαβιβαζομένων απόψεων και πληροφοριών επιτρέπει σ' αυτόν που τις δέχεται να τις ταξινομήσει ελεύθερα σύμφωνα με τις δικές του προοπτικές και στάσεις.

Ο σκοπός της διάδοσης είναι να παράγει γνώμες γύρω από ένα κοινωνικό αντικείμενο.

Β) ***Μετάδοση*:** Πρόκειται για μια μορφή επικοινωνίας που αντιστοιχεί στη διαβίβαση δομημένων και ρητών μηνυμάτων, σχετικά με ένα προϋπάρχον πλαίσιο αναφοράς που εκφράζουν ξεκάθαρα, τα οποία απευθύνονται σε καθορισμένες κοινωνικές ομάδες. Η επικοινωνία στη μετάδοση αποσκοπεί στη δημιουργία και εξάπλωση κοινωνικών κανόνων, θεσπισμένων από τα μέλη μιας ομάδας.

Σκοπός της μετάδοσης είναι να επιτύχει μια κοινή αντίληψη και στάση και να κατευθύνει την ομάδα, «η μετάδοση οικοδομεί στάσεις ικανές να σφραγίσουν τόσο τις αναπαραστάσεις όσο και τις συμπεριφορές».

Γ) *Προπαγάνδα* : Αυτό το σύστημα επικοινωνίας εμφανίζεται εκεί όπου δημιουργούνται διομαδικές συγκρουσιακές σχέσεις. Όταν δηλαδή, το αντικείμενο σύγκρουσης ενδέχεται να απειλήσει την ταυτότητα της ομάδας και την ενότητα της αναπαράστασης που έχει η ομάδα για την πραγματικότητα.

Ο σκοπός αυτού του συστήματος επικοινωνίας είναι να παράγει μια άμεση, γρήγορη, σταθερή συμπεριφορά και δράση.

Ο Moscovici λοιπόν συνοψίζοντας γράφει για τα συστήματα επικοινωνίας: *«Οι σχέσεις μεταξύ επικοινωνίας και συμπεριφοράς είναι αρκετά ποικίλες' αναγκαίες και ρητές στην προπαγάνδα, αναγκαίες και άρρητες στη μετάδοση είναι ευκταίες, τμηματικές και τοπικές στη διάδοση».*

Θεωρημένα, λοιπόν, από την οπτική γωνία της δομής των μηνυμάτων , της επεξεργασίας των κοινωνικών μοντέλων, των σχέσεων μεταξύ πομπού και δέκτη, της αποσκούμενης συμπεριφοράς, τα τρία συστήματα επικοινωνίας διατηρούν μεγάλη ατομικότητα. Κατά συνέπεια, είναι ακριβώς αυτή η ιδιαιτερότητα που μας επιτρέπει να παραβάλλουμε όρο προς όρο τη διάδοση, τη μετάδοση και την προπαγάνδα στη γνώμη, τη στάση και στο στερεότυπο» - αντίστοιχα[12].

[12] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 29-30.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΝ

Επιφανείς θεωρητικοί στο τέλος της δεκαετίας του 1980(Jodelet, Abric και Flament) μίλησαν για τον πυρήνα των αναπαραστάσεων. Σύμφωνα λοιπόν με τους πιο πάνω συγγραφείς κάθε κοινωνική αναπαράσταση αποτελείται από έναν πυρήνα και από τα γύρω απ' αυτόν περιφερειακά στοιχεία τα οποία και οργανώνει. Η αλλαγή ή η σταθερότητα των κοινωνικών αναπαραστάσεων αντιμετωπίζεται μέσα από τα περιφερειακά ή τα κεντρικά στοιχεία της αναπαράστασης. Ο κεντρικός πυρήνας είναι ένα υποσύνολο της αναπαράστασης που συντίθεται από ένα ή μερικά στοιχεία, των οποίων η απουσία θα αποδομούσε ή θα απέδιδε μια σημασία ριζικά διαφορετική στην αναπαράσταση στο σύνολό της. Είναι, εξάλλου το πιο σταθερό στοιχείο της αναπαράστασης, αυτό που αντιστέκεται περισσότερο στην αλλαγή. Μια αναπαράσταση επιδέχεται λοιπόν, εξέλιξη και επιφανειακή μεταμόρφωση μέσα από μια αλλαγή του νοήματος ή της φύσης των περιφερειακών στοιχείων. Δε μεταμορφώνεται όμως ριζικά –αλλάζει σημασία- παρά μόνο όταν ο ίδιος ο κεντρικός πυρήνας αμφισβητείται. Στην αναπαράσταση υπάρχουν στοιχεία ευλύγιστα που δύνανται να μεταμορφωθούν και στοιχεία άκαμπτα «μη συζητήσιμα», τα οποία αντιστέκονται. Αυτά τα τελευταία συνθέτουν τον κεντρικό πυρήνα, τα συστατικά και θεμελιώδη, δηλαδή, στοιχεία που καθορίζουν και διαφοροποιούν τις αναπαραστάσεις[13].

[13] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 33.

ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ

Είναι σαφές ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις προϋπάρχουν οποιασδήποτε κοινωνικής αλληλεπίδρασης και είναι αυτές που καθορίζουν τη συμπεριφορά των υποκειμένων.

Δεν είναι τα χαρακτηριστικά του πομπού αυτά κάθε αυτά ούτε το ίδιο το μήνυμα, ούτε ακόμη οι τρόποι συμπεριφοράς που καθορίζουν τη διαδικασία κοινωνικής επιρροής, αλλά η σημασία που προσλαμβάνουν τα προαναφερθέντα στα μάτια του δέκτη.

Η κοινωνική συμπεριφορά είναι το αποτέλεσμα των συστημάτων αναπαράστασης των ατόμων που βρίσκονται σε αλληλεπίδραση. Η συμπεριφορά ενός ατόμου δεν είναι συνάρτηση των αντικειμενικών χαρακτηριστικών της κατάστασης, αλλά της αναπαράστασης που έχει το άτομο για το καθένα στοιχείο που πραγματεύεται.

Για το λόγο λοιπόν, ότι δεν υπάρχει πραγματικότητα, αλλά η πρόσληψή της, οι κοινωνικές αναπαραστάσεις της πραγματικότητας μπορούν να διαιρεθούν σε «επιστημονικές» (προσέγγιση μέσα από έννοιες, εργαλεία, μεθόδους...) και «πρακτικές» (υποκειμενικές, συναισθηματικές...), που σφραγίζονται από τους σκοπούς, τις στάσεις, τις πληροφορίες, την κοινωνική, ταξική, φύλου, γενεάς ή άλλης θέσης / ταυτότητας των κοινωνικών υποκειμένων, διατηρώντας, βέβαια η κάθε μία τα χαρακτηριστικά της. Θα μπορούσε να συμπεράνει κανείς ότι τόσο στις διομαδικές σχέσεις και την ψυχολογιοποίηση όσο και στις διαδικασίες των κοινωνικών επιρροών αυτό που διακυβεύεται είναι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις[14]

ΣΤΑΣΕΙΣ : Οι στάσεις ορίζονται ως γνωστικές δομές καταστάσεις του πνεύματος κατευθυνόμενες προς τις αξίες και τις καταστάσεις διαθεσιμότητας, οργανωμένες διαμέσου της εμπειρίας.

Οι στάσεις είναι η σπονδυλική στήλη όλων των ψυχικών εκδηλώσεων, αντίληψης, εκτίμησης και συμπεριφοράς. Η πιο γνωστή θεωρία του Festinger(1957) «θεωρία γνωστικής ασυμφωνίας» είναι μια θεωρία αλλαγής στάσης. Ανακοινώνει ότι

[14] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 53-56.

οι συγκρούσεις ανάμεσα σε δύο γνωστικά στοιχεία είναι η κινητήρια δύναμη όλων των τροποποιήσεων που αφορούν τις γνώμες μας και τις εκτιμήσεις μας. Προσπαθούμε ουσιαστικά να αμβλύνουμε αυτές τις συγκρούσεις και να συντονίσουμε τις στάσεις μας με τις συμπεριφορές μας. Με τον τρόπο αυτό κάθε φορά που δημιουργείται μια σύγκρουση ανάμεσα σε μια γνώμη και σε μία πράξη, ο άνθρωπος δεν καταφεύγει στη λογική για να λύσει το πρόβλημα. Απλά εκλογικεύει για να μειώσει την ένταση ανάμεσα στα δύο και έτσι να βγει απ' αυτήν την δυσάρεστη κατάσταση.

Οι «κοινωνικές προσλήψεις» αποκτούν κυρίαρχο ρόλο δηλ. ο τρόπος με τον οποίο προσλαμβάνουμε την πηγή έντασης ανάμεσα σ' εμάς και τους άλλους[15]

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΓΝΩΣΗ: Η κοινωνική γνώση αναφέρεται στην πρόσληψη του ατόμου και στη λογική ανάλυση των πληροφοριών που διαθέτει για τους άλλους, δηλαδή τον τρόπο με τον οποίο χαρακτηρίζει τους άλλους ανθρώπους και βγάζει συμπεράσματα για την κρυφή, εσωτερική ψυχολογική ζωή τους.

Ο άνθρωπος (όπως οι μηχανές) αποκτά τη γνώση επεξεργαζόμενος τις πληροφορίες που φθάνουν σ' αυτόν, προερχόμενες από τον εξωτερικό κόσμο.

Προσπαθώντας να καταλάβει τα πράγματα και να έχει μια σταθερή ενόραση, προσπαθεί να κάνει μια αιτιώδη ανάλυση αυτών των πράξεων και των καταστάσεων. Κατά τη διάρκεια της ανάλυσης αυτής αναγκάζεται να αποδώσει την αιτία αυτού που παρατηρεί είτε στο άτομο είτε στο περιβάλλον του (την κατάσταση). Για τον απλοικό σοφό το να καταλαβαίνει κάτι, σημαίνει πάντα να το ερμηνεύει. Η κατανόηση οδηγεί πάντα στην εξήγηση.

Στην ανάλυση αυτή θα αναγνωρίσουμε την ύπαρξη των «σχημάτων» (schemata).

Αυτά τα σχήματα (schemes) είναι κάτι σαν προϋπάρχουσες συνδέσεις, σαν δομές που δρουν ανάμεσα στην αντίληψη και τη μνήμη, που κατανέμουν και ταξινομούν τη ροή των πληροφοριών που δεν είναι επιλεγμένες, ενώ αναλαμβάνουν την καταχώρησή τους σε ξεχωριστά μοντέλα. Ας σημειωθεί η διάκριση ανάμεσα στα αιτιώδη σχήματα και τα σχήματα των γεγονότων. Τα πρώτα μετατρέπουν οποιοδήποτε πληροφοριακό στοιχείο σε αποτέλεσμα κάποιας αιτίας, ενώ τα δεύτερα,

[15] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις*, Οδυσσέας, σελ. 69-70.

τα οποία θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν και ως σενάρια (scripts), περιγράφουν μια σειρά γεγονότων στα οποία συμμετείχαμε. Σκοπός των σεναρίων είναι να επανεντάξουν στη μνήμη, μια προηγούμενη κατάσταση και να μας προτείνουν μια αρμόζουσα συμπεριφορά στην παρούσα κατάσταση. Κατά κάποιο τρόπο ενεργούν όπως τα μοντέλα ή τα προσχέδια το παρόν αντιγράφει το παρελθόν και έτσι αποκλείονται οι εκπλήξεις και τα φανταστικά στοιχεία.

Μετά την ανάλυση ακολουθεί η απάντηση, δηλαδή μια συγκεκριμένη αντίδραση στο υπό παρατήρηση άτομο. Η θεωρία αναφέρει ότι τα άτομα ψάχνουν τις πληροφορίες που επαληθεύουν τις απόψεις τους, ενώ παραμελούν εκείνες που τείνουν να τα αποσταθεροποιήσουν, και τελικά χρησιμοποιούν τις αποδείξεις που διαθέτουν για να ενδυναμώσουν τα «στερεότυπα» τους.

Από τη στιγμή που σχημάτισαν μια γνώμη (τα άτομα), έχουν την τάση να τη διατηρήσουν (διατήρηση). Οι άνθρωποι διατηρούν τη γνώμη που σχημάτισαν με βάση πληροφορίες, οι οποίες του φαίνονται πάντα πιθανές, διότι κατασκεύασαν στο μεταξύ μια εξήγηση που συμφωνεί με αυτές. Αυτό το φαινόμενο υπόκειται στις πιο συνηθισμένες αυταπάτες της κοινωνικής ζωής[16].

Είναι σαφές ότι τις κοινωνικές αναπαραστάσεις τις διαμοιράζεται ένας μεγάλος αριθμός προσώπων, μεταδίδονται από μια γενιά στην άλλη και επιβάλλονται στον καθένα μας χωρίς τη δική μας συνειδητή συγκατάβαση. Κάθε φορά που αποκτούμε ή τροποποιούμε μια κοινωνική αναπαράσταση αλλάζουμε ταυτόχρονα και έναν ορισμένο αριθμό συμπεριφορών που κατευθύνονται προς τον εαυτό μας και προς τους άλλους.

Η ύπαρξη και η λειτουργία των κοινωνικών αναπαραστάσεων, τέλος, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ρόλο που παίζει η γλώσσα. Η γλώσσα, τελειοποιημένη «χειρονομία», ίδιον του ανθρώπινου είδους, φορέας αισθημάτων, ιδεών και εικόνων, οδηγεί την επικοινωνία στο συμβολικό επίπεδο.

Η προνομιούχα θέση της καταδείχνεται από το γεγονός ότι οι άνθρωποι δεν προσφεύγουν στην επικοινωνία μέσω της χειρονομίας παρά μόνον ελλείψει μιας κοινής γλώσσας. Έχοντας λοιπόν, την ίδια σημασία τόσο γι' αυτόν που μιλάει όσο και γι' αυτόν που ακούει, η γλώσσα επιτρέπει εξίσου καλά την «αναπαράσταση» ενός απόντος ή αόρατου αντικειμένου, όπως και την αναφορά στο παρελθόν ή στο μέλλον,

[16] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ. 71-78.

απελευθερώνοντας έτσι τις ανθρώπινες σχέσεις από τους περιορισμούς του τόπου και του χρόνου, τους οποίους υφίστανται τα υπόλοιπα είδη[17].

ΣΧΗΜΑΤΑ ΕΑΥΤΟΥ

Η αυτό-αξιολόγηση είναι ένας ισχυρός ενεργοποιητής της προσωπικής δραστηριότητας. Η συμπεριφορά μπορεί να είναι κατευθυνόμενη σε πολλές εκφάνσεις της με σκοπό να ικανοποιούμε τους άλλους ,τον εαυτό μας ή τους στόχους μας, νόρμες και προσδοκίες σημαντικών ομάδων αναφοράς. Αυτό που θα μας απασχολήσει εδώ είναι η επίτευξη θετικής αξιολόγησης από ένα σημαντικό κοινό.

Θα χρησιμοποιήσουμε όρους όπως η **ανάλυση καθηκόντων του εγώ** (ego task analysis).Αυτός ο όρος αναφέρεται σε ένα γενικό πλαίσιο όπου εκτυλίσσεται μια αλληλεπίδραση κατάστασης και προσωπικότητας στον καθορισμό αυτής της κατάστασης.

ΟΙ ΤΡΕΙΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΑΝΑΜΕΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΓΩ

Υπάρχουν τρεις ευδιάκριτες έννοιες της ανάμειξης του εγώ, όπου ο καθένας προκύπτει από διαφορετική θεωρητική παράδοση. Όμως και αυτές οι τρεις έννοιες μοιράζονται ένα κοινό θέμα, την αυτο-αξιολόγηση. Διαφέρουν όμως στην πηγή αναγνώρισης των παραγόντων για την αξιολόγηση ,που είναι : οι άλλοι άνθρωποι, ο εαυτός μας και οι ομάδες αναφοράς του καθενός.

Η ανάμειξη του εγώ αναφέρεται στο ενδιαφέρον που δείχνει κάποιος για τη δημόσια εικόνα του, την εντύπωση που έχουν οι άλλοι γι' αυτόν, καθώς και την αξιολόγησή του από τους άλλους. Η ανάμειξη του εγώ είναι συναφής με την αντιληπτική αξιολόγηση (evaluation apprehension) και την κινητήρια έγκριση (approval motivation).

Η ανάμειξη του εγώ επίσης αναφέρεται στο ενδιαφέρον κάποιου για την αυτό-αξιολόγησή του ή για την ιδιωτική του εικόνα. Αυτή η δεύτερη άποψη είναι όμοια με τη διατήρηση της αυτό-εκτίμησης και την επίτευξη των κινήτρων (achievement

[17] Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995). *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας , σελ 107-108.

motivation). Αυτός ο τύπος της ανάμειξης του εγώ συμβαίνει όταν το υποκείμενο συγκρίνει την απόδοσή του σε ένα έργο με το προσωπικό του επίπεδο επιτυχίας. Εδώ αξιολογητής είναι το ίδιο το άτομο παρά οι άλλοι.

Είναι σαφές ότι όλες οι συμπεριφορές και οι στάσεις ,οι οποίες καθορίζουν το status ενός ατόμου ή προσφέρουν σε αυτό κάποιο σχετικό ρόλο με σεβασμό προς άλλα άτομα ,ομάδες ή θεσμούς, ανήκουν στην ανάμειξη του εγώ. Αυτά τα άτομα και οι ομάδες είναι ομάδες αναφοράς , οι οποίες περιλαμβάνουν εκείνες τις οποίες το άτομο σχετίζει τον εαυτό του σαν μέλος τους ή φιλοδοξεί να σχετιστεί με αυτές ψυχολόγικα.

Η ΣΥΛΛΗΨΗ ΤΟΥ ΚΑΘΗΚΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΕΓΩ

Η καθημερινή δραστηριότητα των ανθρώπων μας φέρνει αντιμέτωπους με μια γκάμα καθηκόντων που πρέπει να πετύχουμε. Αυτά κυμαίνονται από εύκολα και αυτοματοποιημένα καθήκοντα και σημαντικά καθήκοντα, όπως η δημόσια παρουσίαση (public presentation) ή οι εξετάσεις. Ανάμεσα στα πιο σημαντικά καθήκοντα είναι αυτά που ενεργοποιούνται από τις διάφορες καταστάσεις της ανάμειξης του εγώ. Αυτά είναι τα καθήκοντα της εδραίωσης της αυτό-αξίας κάποιου, με το να επιτυγχάνει την ευνοϊκή αξιολόγηση από ένα σημαντικό ακροατήριο. Θα ονομάσουμε αυτά τα πολύ σημαντικά καθήκοντα ως καθήκοντα του εγώ (ego tasks). Οι στόχοι των καθηκόντων του εγώ –αυτό σημαίνει επίτευξη των επιθυμητών αυτο-αξιολογήσεων- είναι σε προτεραιότητα σε σχέση με τους στόχους των περισσοτέρων άλλων γεγονότων. Πάντως το να επιτυγχάνει ο στόχος δεν κάνει και το καθήκον του εγώ να σταματά να υπάρχει , δηλ. ο στόχος εξακολουθεί να είναι σημαντικός.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΕΓΩ

Τα καθήκοντα του εγώ, όπως και τα περισσότερα καθήκοντα, έχουν δύο συστατικά. Το ένα είναι η γνωστική αναπαράσταση του τι πρόκειται αν επιτευχθεί- ο στόχος του καθήκοντος, και το άλλο περιλαμβάνει στρατηγικές για την επίτευξη του στόχου. Το συστατικό του στόχου καθορίζεται καθολικά από τις ωθήσεις της κατάστασης και από τις προτιμήσεις του ατόμου για το στόχο. Με τον ίδιο τρόπο , το

συνθετικό της στρατηγικής επηρεάζεται και από την κατάσταση και από τις προτιμήσεις μεταξύ των στρατηγικών.

ΟΙ ΤΕΣΣΕΡΙΣ ΚΙΝΗΤΗΡΙΕΣ ΟΨΕΙΣ ΤΟΥ ΕΑΥΤΟΥ

Τα τρία καθήκοντα του εγώ, όπως αναγνωρίστηκαν μέσα από τις τρεις έννοιες της ανάμειξης του εγώ, μπορούν να τοποθετηθούν σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, το οποίο έχει τέσσερις κινητήριες πλευρές του εαυτού. Αυτές είναι συνοπτικά: ο εκτενής εαυτός, ο δημόσιος εαυτός, ο ιδιωτικός εαυτός και ο ομαδικός εαυτός.

Α)Ο εκτενής εαυτός.

Αποτελεί την πρώιμη πλευρά του εαυτού. Είναι η κατάσταση στην οποία δεν υπάρχει ξεκάθαρη διάκριση μεταξύ εαυτού και άλλου. Η συμπεριφορά του ατόμου απλά καθοδηγείται προς θετικές, στοργικές καταστάσεις. Το καθήκον του εκτενή εαυτού μπορεί να χαρακτηριστεί ως ηδονική ικανοποίηση, η οποία δεν είναι απαραίτητα ένα καθήκον του εγώ , γιατί δεν προϋποθέτει την έννοια του εαυτού. Η αναγνώριση του εκτενή εαυτού αποδεικνύεται χρήσιμη στην ανάλυση της εξέλιξης του εγώ.

Ο Piaget[18] (1967) ανακεφαλαιώνοντας τη νοητική ανάπτυξη του παιδιού, θεώρησε ότι «στην αρχή της νοητικής ανάπτυξης δεν υπάρχει καθοριστική διαφοροποίηση μεταξύ του εαυτού και του εξωτερικού χώρου». Η συμπεριφορά του νηπίου καθοδηγείται από την ικανοποίηση αιφνίδιων ηδονικών ορμών (π.χ. το να τρώνε και να κοιμούνται). Ο Loevinger[19](1976) έχει χαρακτηρίσει αυτή τη μορφή εαυτού ως το αρχικό στάδιο της ανάπτυξης του εγώ, στον οποίο το νήπιο είναι αδύνατο να διαφοροποιήσει τον εαυτό του από τον εξωτερικό κόσμο.

Β) Ο δημόσιος εαυτός.

[18] Piaget, J. (1967). *Six psychological studies*. New York: Vintage.(Original work published 1964)
[19] Loevinger, J. (1976). *Ego development*. San Francisco :Jossey – Bass.

Ο δημόσιος εαυτός μπορεί να συνδεθεί με μια κατάσταση του εγώ και συγκεκριμένα με την πρώτη. Αυτή δηλαδή που αναφέρεται στη δημόσια εντύπωση του ατόμου και την αξιολόγησή του από τους άλλους. Είναι ευαίσθητος στις αξιολογήσεις σημαντικών ανθρώπων και αναζητά να κερδίσει την έγκρισή τους. Η κατάσταση του εγώ μπορεί να περιγραφεί ως κοινωνική επικύρωση (social accreditation) , που σημαίνει να κερδίζεις υπόληψη σε ανταλλαγή σχέσεων με τους άλλους.

Αυτή η αρχή του εαυτού είναι μια από τις πιο εύκολα και συχνά αναγνωρίσιμες στην αυτό-παρουσίαση [20] και στη διαχείριση των εντυπώσεων (impression management). Ο δημόσιος εαυτός εντοπίστηκε από τον James[21] στην περιγραφή του για τον κοινωνικό εαυτό, ο οποίος περιλαμβάνει «μια έμφυτη ροπή για να γίνουμε παρατηρήσημοι από το είδος μας».

Η πρώτη πραγματικά αίσθηση του εαυτού ξεκινά να αναφαίνεται όταν το παιδί είναι σε θέση να διακρίνει τον εαυτό του από τον άλλο. Όπως ο Piaget παρατήρησε , « το νέο παιδί πρέπει να συναναστρέφεται όχι μόνο με το φυσικό του περιβάλλον, αλλά επίσης και με δύο νέους και κοντινά συνδεδεμένους κόσμους : τον κοινωνικό κόσμο και αυτόν των εσωτερικών αναπαραστάσεων ». Ο δημόσιος εαυτός έχει ανταπόκριση και με αυτό που λέει ο Loevinger ως «προσαρμοσμένη» (conformist) κατάσταση του εγώ στην ανάπτυξη. Όπως η ταμπέλα υπονοεί , η προσαρμοσμένη φάση είναι συνδεδεμένη από την προσαρμογή σε εξωτερικούς κανόνες, με συνειδητή απασχόληση, επικεντρωμένη στην εμφάνιση και στην κοινωνική αποδοχή.

Γ) Ο ιδιωτικός εαυτός.

Η ιδιωτική αρχή του εαυτού μπορεί να αναγνωριστεί σε σχέση με τη δεύτερη έννοια της ανάμειξης του εγώ. Το καθήκον του ιδιωτικού εαυτού είναι η ατομική επιτυχία. Ο όρος «επιτυχία» (achievement) χρησιμοποιείται για να δείξει καθοδήγηση από εσωτερικούς παράγοντες. Με το να αποδεικνύεται ένα εσωτερικό κοινό για τη συμπεριφορά , ο ιδιωτικός εαυτός επιτρέπει την αυτό-αξιολόγηση και να είναι αποτελεσματική όταν δεν υπάρχουν άλλοι τρόποι.

[20] Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York : Doubleday.
[21] James, W. (1890). *The principles of psychology*. (Vol. 1). New York : Holt.

Καθώς ο εαυτός αναπτύσσεται , αρχίζει να συμβαίνει η εσωτερίκευση των αξιολογητικών παραγόντων των άλλων ατόμων. Ο Piaget θεώρησε καθαρά αυτή την εσωτερικευμένη διαδικασία ως « το γενικό κανόνα όπου κάποιος πάντοτε καταλήγει με το να εφαρμόζει στον εαυτό του τη συμπεριφορά που απέκτησε από άλλους». Ο ιδιωτικός εαυτός υπάρχει επίσης και στην «εν-συνείδηση» (conscientious) φάση της ανάπτυξης του εγώ. Σε αυτή τη φάση, «τα κύρια χαρακτηριστικά της συνείδησης ενός ενήλικα είναι παρόντα, περιλαμβανομένων της μακρόχρονης μνήμης, των αυτό-αξιολογημένων στόχων, των ιδανικών, της διαφοροποιημένης αυτό-κριτικής και μιας αίσθησης ευθύνης.

Ο προσανατολισμός των ατομικών επιτευγμάτων του ιδιωτικού εαυτού είναι ιδιαίτερα καταφανής σε αυτή τη φάση, όπου «η επιτυχία μετράται αρχικά με βάση κάποιους σταθερούς παράγοντες του ατόμου, παρά κυρίως από την αναγνώριση ή τον ανταγωνισμό ως πλεονέκτημα, όπως στα χαμηλότερα επίπεδα.

Δ) Ο ομαδικός εαυτός.

Είναι η αρχή του εμείς στο εγώ και μπορεί να συνδυαστεί με την τρίτη έννοια της ανάμειξης του εγώ. Το καθήκον του εγώ, αυτού του εαυτού, είναι το ομαδικό επίτευγμα- αυτό σημαίνει την εκπλήρωση στόχων και την εκπλήρωση του ρόλου σε μια ομάδα αναφοράς. Τυπικές ομάδες αναφοράς είναι οι συνεργάτες, θρησκευτικές οργανώσεις, κλαμπ, αθλητικές ομάδες και η οικογένεια.

Η σχάση μεταξύ εαυτού και άλλων ανθρώπων, οι οποίοι παρέχουν τη βάση για την αυτό-αξιολόγηση είναι κεντρική στη διάκριση μεταξύ δημόσιας και ομαδικής πλευράς του εαυτού. Ο δημόσιος εαυτός αναζητά να κερδίσει την έγκριση συγκεκριμένων άλλων, ιδιαίτερα αυτών που ελέγχουν τις ανταμοιβές και άλλες ενισχύσεις (π.χ. δάσκαλοι, γονείς, σύντροφος). Στην ικανοποίηση αυτού του καθήκοντος του εγώ, όμως, ο δημόσιος εαυτός , δε μπορούμε να συμπεράνουμε ότι υιοθετεί αξίες, νόρμες ή και συμπεριφορές άλλων. Αντίθετα, ο ομαδικός εαυτός υιοθετεί αξίες άλλων, αναζητά να επιτύχει στόχους της ομάδας αναφοράς, σαν να ήταν εσωτερικευμένοι από το ίδιο το άτομο.

Αρχικά, στο προϊόν των κοινωνικοποιημένων εμπειριών, ο ομαδικό εαυτός αναπαριστά την εσωτερικοποίηση στόχων, νορμών και προσδοκιών σημαντικών ομάδων αναφοράς. Συζητώντας την κοινωνικοποίηση της συμπεριφοράς ο Piaget

σημείωσε ότι «μεταξύ των μεγαλυτέρων παιδιών υπάρχει πρόοδος σε δύο κατευθύνσεις : 1) Ατομική συγκέντρωση όταν το υποκείμενο εργάζεται μόνο του και 2) Αποτελεσματική συνεργασία με την ομάδα». Αυτή η πρώτη κατεύθυνση ανάπτυξης αντανακλά την ανάπτυξη του ιδιωτικού εαυτού, ενώ η τελευταία αναπαριστά την ανάδυση του ομαδικού.

Αξίζει να αναφέρουμε πως με βάση τη θεωρία του Piaget η ανάπτυξη του ομαδικού εαυτού αναπτύσσεται πλήρως όχι πριν από την εφηβεία και τα επόμενα εξελικτικά στάδια [22]. Αναλύσεις του αλτρουισμού (μορφή ομαδικής συμπεριφοράς) ενισχύουν επίσης τις έρευνες που θεωρούν τον ομαδικό εαυτό ως μια ώριμη μορφή της ανάπτυξης του εγώ[23].

Συμπέρασμα

Ο εκτενής εαυτός είναι ένας προ-εαυτός (pre-self). Ο δημόσιος εαυτός εξαρτάται από την ανάπτυξη μιας γνωστικής διάκρισης μεταξύ αυτού και άλλων και της ικανότητας να ακολουθούν αυτές τις όψεις της συμπεριφοράς ενός ατόμου, οι οποίες είναι παρατηρήσιμες και σε άλλους . Μια ακόμη σημαντική συμπεριφορά του καθήκοντος του δημόσιου εαυτού είναι η εσωτερίκευση των αξιολογητικών παραγόντων των άλλων, που οδηγεί στην ανάπτυξη του ιδιωτικού εαυτού. Ο ομαδικός εαυτός αναπαριστά ένα παραπάνω εξελικτικό βήμα ,όπου οι στόχοι της ομάδας αναφοράς έχουν γίνει ένα.

Αυτές οι πλευρές του εαυτού έχουν μεγάλη σύνδεση με το μοντέλο του Kelman[24]γύρω από την ανάλυση της κοινωνικής επιρροής. Ο Kelman αναγνώρισε τρεις διαδικασίες κοινωνικής επιρροής: υποταγή (compliance), εσωτερίκευση (internalization) και αναγνώριση (identification) . Η υποταγή συμβαίνει όταν η επιρροή ενός άλλου ατόμου γίνεται αποδεκτή «στην επίτευξη μιας επιθυμητής αντίδρασης από τον άλλο». Η εσωτερίκευση συμβαίνει «διότι η παραγόμενη συμπεριφορά είναι σύμφωνη με το σύστημα αξιών του ατόμου». Η αναγνώριση

[22] Π.β. Piaget, J. (1965). *The moral judgment of the child.* New York : Free Press. (Original work published 1932)
[23] Cialdini, R.B., Baumann, D. J. & Kernick, D.T. (1981). Insights from sadness: A three-step model of the development of altrouism as hedonism. *Developmental Review*, 1,207-223.
[24] Kelman, H.C. (1961). Process of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25, 57-78.

αντανακλά τη συμπεριφορά η οποία είναι υιοθετημένη διότι ικανοποιεί « ένα ρόλο σχέσης που αποτελεί ένα μέρος της αυτό-εικόνας του ατόμου».

Η σχέση των ερευνών του Kelman με τα καθήκοντα του εγώ είναι μια απλή αντιστοιχία ορολογίας, δηλαδή υπακοή είναι η δημόσια πλευρά , εσωτερίκευση είναι η ιδιωτική πλευρά και αναγνώριση είναι ο ομαδικός εαυτός. Μπορούμε να συμπεράνουμε πως το πρωταρχικό ενδιαφέρον του ατόμου που επηρεάζεται και αντιδρά , αντιστοιχεί κατευθείαν σε μια βάση καθηκόντων του εγώ για την αυτό-αξιολόγηση.

Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΟΥ ΚΑΘΗΚΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΕΓΩ

Διαφορετικές στρατηγικές επιλέγονται για την επίτευξη διαφορετικών καθηκόντων του εγώ. Ο στόχος του καθήκοντος του δημόσιου εαυτού είναι να κερδίσει την έγκριση των άλλων. Αυτό επιτυγχάνεται συνήθως με το να συμμορφώνεται (conforming) στις προσδοκίες ή πράξεις ατόμων πιο ισχυρών από το άτομο ή να συνδέεται με την επιτυχία των άλλων.

Ο στόχος του ιδιωτικού εαυτού είναι να συναντήσει τα προσωπικά στάνταρς επιτυχίας. Αυτό μπορεί να γίνει, για παράδειγμα με το να δρα με βάση τις αντιλήψεις του παρά με το τι θέλουν οι άλλοι. Τέλος, η επίτευξη των εσωτερικευμένων στόχων της ομάδας αναφοράς (καθήκον του ομαδικού εαυτού) μπορούν να πραγματοποιηθούν με τη συνεργασία μιας ομάδας που κοπιάζει για τους ίδιους στόχους ή με το να συμπεριφέρεται σύμφωνα με τις νόρμες και τις προσδοκίες της ομάδας αναφοράς.

Φυσικά, πολλά καθημερινά γεγονότα υπηρετούν δύο ή περισσότερα καθήκοντα ταυτόχρονα. Για παράδειγμα το να κερδίσεις προαγωγή στη δουλειά ή το να πάρεις πτυχίο είναι επιτεύγματα όπου ταυτόχρονα κερδίζεται η έγκριση των άλλων, επίτευξη επιτυχίας με βάση τα ατομικά στάνταρς και εκπλήρωση των στόχων της ομάδας αναφοράς. Αυτές πρέπει να είναι πολύ ικανοποιητικές εμπειρίες γιατ5ί υπηρετούν τα οφέλη του δημοσίου, ιδιωτικού και ομαδικού εαυτού ταυτόχρονα.

ΠΛΕΥΡΕΣ ΤΟΥ ΕΑΥΤΟΥ ΚΑΙ ΑΥΤΟ-ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ

Αναγνωρίζοντας το καθήκον του εγώ του δημόσιου εαυτού, με όρους όπως κίνητρο έγκρισης και κοινωνική επικύρωση (social accreditation),αποδεικνύεται ότι η πλευρά του εαυτού που σχετίζεται με την αυτό-παρουσίαση (self-presentation)[25] και τη διαχείρηση εντυπώσεων (impression management)[26]. Αρκετές θεωρητικές έρευνες επιβεβαιώνουν ότι ένα εξωτερικό ακροατήριο γίνεται αντιληπτό ως ο στόχος της αυτό-παρουσίασης και της διαχείρησης εντυπώσεων. Για παράδειγμα ο Goffman παρατήρησε ότι «όταν ένα άτομο εμφανίζεται σε κάποια άλλα, θα υπάρχουν συνήθως λόγοι για αυτόν να κινητοποιήσει τη δραστηριότητά του έτσι ώστε αυτή να μεταφέρει μια εντύπωση στους άλλους, όπου στην ουσία θα είναι μεταφορά των ενδιαφερόντων του ατόμου».

Όμοια οι Jones και Pittman[27] καθόρισαν στρατηγικές αυτό-παρουσίασης ως «εκείνα τα χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς ... σχεδιασμένα για να προσδίδουν ή να μορφοποιούν τη συνεισφορά των άλλων στη θέση των ηθοποιών».

Σε ποιον παρουσιάζεται ο εαυτός.

Όπως οι προηγούμενες αναφορές δείχνουν, η απάντηση στην ερώτηση , σε ποιόν παρουσιάζεται ο εαυτός , είναι ότι οι αυτό-παρουσιάσεις στοχεύουν σε ένα ακροατήριο άλλων ανθρώπων. Η ανάλυση των καθηκόντων του εγώ προσφέρει μια εναλλακτική οπτική, το ότι δηλαδή ο εαυτός μπορεί να παρουσιάζεται σε πολλαπλά ακροατήρια (multiple audiences). Αυτά τα ακροατήρια περιλαμβάνουν το εξωτερικό ακροατήριο, ένα εσωτερικό κοινό (τον εαυτό μας) και ένα ακροατήριο της ομάδας αναφοράς.

---

[25] Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New Yok : Doubleday.
[26] Schlenker, B.R. (1980). *Impression management*. Monterey, CA : Brooks/ Cole.
[27] Jones, E. E & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of stragetic self-presentation. In J. Sulus (Ed), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 1, pp231-262). Hilsdale, NJ : Erlbaum.

Η αυτό-παρουσίαση των ατόμων.

Όροι όπως αυτοί της αυτό-παρουσίασης και της διαχείρησης εντυπώσεων, μεταφέρουν μαζί τους το λιγότερο μια έμμεση υπόθεση, ότι οι άνθρωποι συνήθως κρύβονται, αναδιπλώνονται σε ένα μικρότερης αξίας πλάσμα και πιστεύουν ότι θα εμποδίσουν τους άλλους να το ανακαλύψουν. Ο αυτό-παρουσιαστής είναι ένας ηθοποιός του οποίου ο ρόλος είναι να δημιουργήσει την πιο επιθυμητή εντύπωση που γίνεται. Στη δραματουργική του προσέγγιση ο Goffman δηλώνει ότι ο παρουσιαστής «πρέπει να προσφέρει ένα σόου από διανοητική και συναισθηματική ανάμειξη στη δραστηριότητα που παρουσιάζει, αλλά πρέπει να συγκρατεί τον εαυτό του από το να παρασυρθεί πραγματικά από το σόου». Θα φαινόταν τότε ότι ο αυτό-παρουσιαστής είναι στην πραγματικότητα ένας ψευδο-παρουσιαστής.

Ακόμα και ο εαυτός μπορεί να παρουσιάζεται συχνά με τρόπους που φαίνονται πολύ καλοί για να είναι αληθινοί, αρκετές κατευθύνσεις ερευνών με αποδείξεις δείχνουν ότι αυτές οι επιθυμητές αυτό-παρουσιάσεις είναι αυθεντικά πιστευτές από τους από τους παρουσιαστές τους. Αρχικά, τα άτομα συνήθως αντιλαμβάνονται τους εαυτούς τους σαν να είναι πετυχημένοι στην επίτευξη προσωπικών στόχων, συμπεριλαμβανομένων και των καθηκόντων του εγώ[28]. Έπειτα, η αυτο-άνοδος (self enhancement) συμβαίνει κάτω από ιδιωτικής αναφοράς συνθήκες, στις οποίες τα υποκείμενα δεν έχουν λόγο να ψευδοπαρουσιάσουν τους εαυτούς τους[29]. Τρίτον, τα υποκείμενα κάνουν κρίσεις που τα ανεβάζουν ψυχολογικά ακόμα και όταν είναι πεπεισμένα ότι οι ανειλικρινείς κρίσεις μπορούν να αποκαλυφθούν[30]. Τέλος, ευχάριστες αυτοκριτικές γίνονται συχνά πιο γρήγορα από μη επιθυμητές κρίσεις[31] , αποδεικνύοντας έτσι ότι οι επιθυμητές αυτό-σχετικές κρίσεις είναι πιστές αναφορές από την αυτό-γνώση[32].

---

[28] Greenwald, A.G. (1980). The totalitarian ego: Fabrication and revision of personal history. *American Psychologist*, 35, 603-618.
[29] Arcin, R. M., Appelman, A.J. & Burger, J. M. (1980). Social anxiety , self-presentation and the self serving bias in casual attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 23-25.
[30] Stults< D. M., Messe, L.A. & Kerr, N. L. (1984). Belief discrepant behavior and the bogus pipeline : Impression management or arousal attribution. *Journal of Experimental Social Psychology*, 20, 47-54.
[31] Breckler, S. J. & Greenwald, A.G. (1981,May). *Favorable self-referent judgments are made faster than nonfavorable ones.* Paper presented at the 53d meetings of the Midwestern Psychological Association, Detroit.
[32] Markus, H. (1977). Self–schemata and prossesing iformatiopn about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 63-78.

Σε μια άλλη έρευνα ,των Beauvois και Dubois , υποστηρίζεται ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν στρατηγικές αυτό-παρουσίασης για τη βελτίωση της εικόνας τους και για να το κάνουν αυτό βασίζονται σε νόρμες. Όταν, λοιπόν, οι άνθρωποι εμπλέκονται σε κοινωνικές αλληλεπιδράσεις υιοθετούν μια συμπεριφορά που τους κάνει να παρουσιάζονται θετικά στα μάτια των υπολοίπων, ανάλογα με τους στόχους που επιδιώκουν .Τέλος, φαίνεται ότι τα άτομα εκτιμώνται θετικότερα, όταν υιοθετούν κανονιστικές απαντήσεις, παρά όταν απαντούν με βάση τα προσωπικά τους πιστεύω[33].

[33] Beauvois, J. Dubois, N. (2001). Normativity and self-presentation – Theoritical bases of self-presentation training for evaluation situations. *Journal of Managerial Psychology*, 16, 490-508.

ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ

Ο Heider αναφερόμενος στη γνωστική ισορροπία τονίζει : η αντίληψη των ατόμων για τις διαπροσωπικές οργανώνεται έτσι ώστε να τους προσφέρει μια ισορροπημένη όραση του περιβάλλοντός τους. Όμως η οργάνωση ενός τέτοιου τομέα αναπαραστάσεων υπονοεί ότι το άτομο δίνει σημασία σε στοιχεία και δεδομένα του περιβάλλοντός του. Μιλώντας ο ίδιος ερευνητής για την απόδοση , σημειώνει «η απόδοση αναφέρεται σε διαδικασίες μέσω των οποίων μπορεί κανείς να βρει νόημα και την αρχή κάθε γεγονότος. Τα άτομα πάνε πέρα από τα παρατηρήσιμα δεδομένα για να εξηγήσουν και να κατανοήσουν μια κατάσταση και να υιοθετήσουν μια ανάλογη συμπεριφορά» . Με τον όρο συμπεριφορά αναφερόμαστε σε αντιλήψεις, γνώσεις, γνωστικά στοιχεία, με δυο λόγια στο περιεχόμενο. Αυτά τα περιεχόμενα αναφέρονται ως γνωστικά δεδομένα για τον κόσμο. Οι αντιλήψεις ή η γνώση θα μπορούσε να ενεργοποιείται από αιτιακούς παράγοντες.

Σκοπός είναι να εξηγηθούν οι αλλαγές στη συμπεριφορά μέσα από συναγωγές σε συγκεκριμένους γνωστικούς κανόνες του κόσμου, όπως είναι η γνωστική συνεκτικότητα και έτσι έχουμε την ισορροπία του Heider, τη γνωστική ασυμφωνία του Festiger . Η απόδοση αναφέρεται στο πως τα άτομα εξηγούν τη συμπεριφορά τη δική τους αλλά και των άλλων, καθώς και αυτό που συμβαίνει στα ίδια τα άτομα[34].

Σενάρια – Στερεότυπα

Ο Abelson αναφέρει ότι στην καθημερινότητά μας χρησιμοποιούμε σενάρια. Είναι μια αναμενόμενη συχνότητα συνεκτικών γεγονότων που θεωρούν το άτομο είτε ως δράστη είτε ως παρατηρητή. Είναι ένα είδος αντιληπτικής δομής που αναφέρεται σε μια σειρά γεγονότων ή πράξεων. Τα σχήματα είναι είδη σεναρίων τα οποία έχουμε μάθει και τα οποία έχουν επίδραση στον τρόπο που θα έπρεπε να συμπεριφερθούμε σε τέτοιες καταστάσεις και με τη συχνότητα των γεγονότων αυτό περιμένουμε. Προσφέρουν προκαθορισμένες κατηγορίες και στερεότυπες καταστάσεις, χάρη των

[34] Deschamps, J. C. (1997). Attribution or Explanations in Everyday Life. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology,* 6 (1), 7-24.

οποίων μπορούμε να δράσουμε χωρίς , κάθε φορά, να δίνουμε νόημα σε καταστάσεις στις οποίες βρισκόμαστε και συμπεριφερόμαστε με ρουτίνα.

Το σχήμα, λοιπόν, είναι οδηγός για δράση. Γι' αυτό η νοητική δραστηριότητα που υπονοείται όταν απαιτείται μια εξήγηση, μπορεί να αποφευχθεί, αφού τα στερεότυπα σχήματα συμπεριφοράς και προσδοκιών έχουν αφομοιωθεί, χάρη στα οποία μπορούμε να δρούμε χωρίς σκέψη. Όταν δεν υπάρχει σενάριο, όταν δηλαδή κάτι είναι αναπάντεχο, έξω από τα συνηθισμένα, όταν υπάρχει κενό μεταξύ του τι θα έπρεπε και τι είναι, τότε συμβαίνουν οι συνεπαγωγές. Όταν κάνουμε αποδόσεις σύμφωνα με την κατάσταση , δεν χρειάζεται απαραίτητα μια συνολική αιτιακή κατάσταση. Η έλλειψη χρόνου και πληροφορίας δε μας το επιτρέπουν. Ο Kelly αναφέρει ένα αιτιακό σχήμα σύμφωνα με το οποίο το άτομο συχνά χρησιμοποιεί την παρελθούσα εμπειρία του εξωτερικού κόσμου για να κάνει αποδόσεις. Είναι μια γενική αντίληψη για το πώς ορισμένοι τύποι αιτιών αλληλεπιδρούν για να παράγουν συγκεκριμένου τύπου αποτελέσματα[35].

Εξωτερική και εσωτερική αιτιώδης απόδοση

Ο Heider αναφέρει ότι τα γεγονότα και η συμπεριφορά παράγονται από παράγοντες και καθορίζονται είτε από τα άτομα που εμπλέκονται είτε από το περιβάλλον. Στην πρώτη περίπτωση έχουμε εσωτερική αιτιότητα ή προδιαθεσιακούς παράγοντες ένω στη δεύτερη εξωτερική αιτιότητα ή περιστασιακούς παράγοντες. Κάθε τύπος απόδοσης έχει αντικτύπο στη μελλοντική συμπεριφορά του ατόμου[36].

Αυτό-απόδοση - Ετερο-απόδοση

Οι διαδικασίες απόδοσης είναι ουσιαστικές για τις αντιλαμβανόμενες δραστηριότητες, γιατί βοηθούν το άτομο να εξηγήσει τη συμπεριφορά του (αυτό)

[35] Deschamps, J. C. (1997). Attribution or Explanations in Everyday Life. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology*, 6 (1), 7-24.

[36] Deschamps, J. C. (1997). Attribution or Explanations in Everyday Life. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology*, 6 (1), 7-24.

αλλά και την συμπεριφορά των άλλων (έτερο). Το ερώτημα που τίθεται είναι αν υπάρχει διαφορά σε αυτά τα δύο.

Δεν υπάρχει διαφορά στη φύση της έτερο και της αυτό-απόδοσης όταν αλλάζουμε από το ένα στο άλλο. Εάν κάποιος έχει τις ίδιες πληροφορίες για τον εαυτό του και για τους άλλους, η αυτό-αντίληψη θα είναι ίδια με την αντίληψη για τους άλλους. Τα άτομα θα έχουν πρόσβαση στη γνώση της εσωτερικής τους κατάστασης, τουλάχιστον όταν αυτή αμφισβητείται, κάνοντας συνεπαγωγές στη βάση της εκδηλούμενης συμπεριφοράς τους (όταν η συμπεριφορά προφανώς έχει «επιλεγεί τυχαία») ή τις συνθήκες τις οποίες έλαβε τόπο αυτή η συμπεριφορά. Σε αυτό το σημείο ο δράστης , είναι ο ίδιος με ένα παρατηρητή, στην ίδια κατάσταση, που πρέπει να συμπεράνει την εσωτερική κατάσταση του ατόμου από την εκδηλούμενη συμπεριφορά[37].

Κοινωνικές Αποδόσεις

Η απόδοση γίνεται αντιληπτή ως μια διαδικασία που περιέχει κρίσεις ενός ατόμου με βάση τη συμπεριφορά του, η οποία είναι ευθέως αντιληπτή και συνεπάγεται η κατάσταση του ατόμου στη βάση της άμεσης αντίληψης που έχουμε για αυτό το άτομο. Δεν είναι όμως απομονωμένο το άτομο και δεν πρέπει να μελετάμε τις δια-ατομικές διαφορές, αλλά θα πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη ότι τα άτομα ανήκουν σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες , που είναι σημαντικές για τα άτομα και τα καθορίζουν με ένα συγκεκριμένο τρόπο και τα κάνουν να δρουν ανάλογα. Γι' αυτό, μια συμπεριφορά δεν αποδίδεται μόνα σε ατομικά χαρακτηριστικά, αλλά και μπορεί να οφείλεται στις ομάδες ή κατηγορίες που ανήκει ο δράστης ή ο παρατηρητής[38].

---

[37] Deschamps, J. C. (1997). Attribution or Explanations in Everyday Life. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology*, 6 (1), 7-24.

[38] Deschamps, J. C. (1997). Attribution or Explanations in Everyday Life. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology*, 6 (1), 7-24.

Η διαδικασία που ακολουθείται στην εξήγηση των γεγονότων της καθημερινότητας , μπορεί σε ένα δοθέν σύστημα, να είναι αποτέλεσμα περισσότερο της κοινωνικής χρησιμότητας των εξηγήσεων σε αυτό το κοινωνικό σύστημα και λιγότερο του αντικειμενικού ερωτήματος για τις αιτίες των γεγονότων. Ένας αριθμός ερευνών υποστηρίζει αυτή την ιδέα και εμφανίζεται η κοινωνική επιθυμητότητα ενός συγκεκριμένου τύπου εξήγησης, των προδιαθεσιακών (εσωτερικών) εξηγήσεων, σε βάρος σε βάρος των άλλων περιστασιακών εξηγήσεων.

Έτσι η κοινωνική αξία της εσωτερικότητας μπορεί να θεωρηθεί ως ένα «είδος σχέσης, το οποίο έχουν αξιοσέβαστοι άνθρωποι με τον κόσμο». Δηλαδή οι μηχανισμοί που χρησιμοποιούνται από για να εξηγήσουμε τα γεγονότα της καθημερινότητας θα πρέπει να καθορίζονται εν μέρει από μια κοινωνική νόρμα κρίσης, συγκεκριμένη ως προς τα κοινωνικο-πολιτικά συστήματα που βασίζονται σε φιλελεύθερες ιδέες, δηλαδή τη νόρμα της εσωτερικότητας[39].

[39] Pansu, P. (1997). The Norm of Internality in an Organization Context. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology*, 6 (1), 37-58.

Πλαστική Χειρουργική και Ψυχολογία

Στη συνέχεια της εργασίας μας θεωρούμε σκόπιμο να αναφερθούμε σε παρεμφερείς επιστημονικές αναζητήσεις που πραγματεύονται θέματα πλαστικής χειρουργικής και ψυχολογίας, ξεκινώντας από τις πιο πρόσφατες και ανατρέχοντας στο παρελθόν.

Ο Horch αναφέρει ότι επεμβάσεις πλαστικής χειρουργικής φαίνεται ότι συνεισφέρουν σε μια αποτελεσματική και με διάρκεια βελτίωση της ποιότητας ζωής και της αυτό-εικόνας των ατόμων[40].

Οι Bolton, Pruzinsky, Cash και Persing αναφέρουν ότι τα αποτελέσματα της έρευνάς του τους οδήγησαν στο συμπέρασμα ότι άτομα που υποβλήθηκαν σε κοιλιοπλαστική βελτίωσαν την αυτο-εικόνα τους και τη αντίληψή τους για τη γενικότερη εμφάνιση τους , βελτιώνοντας κατ' επέκταση την ποιότητα της ζωής τους[41].

Ο Newell στην ερευνά του καταλήγει στο συμπέρασμα ότι άτομα με σωματικές δυσμορφίες χαρακτηρίζονταν από υψηλά επίπεδα κοινωνικής φοβίας και άγχους, ενώ αυτά τα επίπεδα μειώθηκάν αισθητά μετά την πλαστική επέμβαση στην οποία υποβλήθηκαν[42].

Οι Shakespear και Postle αναφέρουν πως η μειωτική μαστών ανακούφισε από τον πόνο ασθενείς , τους έκανε να νοιώθουν άνετα, βελτιώνοντας με τον τρόπο αυτό τόσο την προσωπική τους ζωή όσο και την κοινωνική (βελτιώθηκαν δηλαδή οι κοινωνικές τους σχέση αφού απέκτησαν μεγαλύτερη αυτό-πεποίθηση σε όλους τους τομείς της ζωής τους)[43].

---

[40] Horch, R., (2004). The role of plastic surgery in remodeling the body image. *MMW Fortschr Medicine*, 14;146 (42):32-6.

[41] Bolton, M., Pruzinsky, T., Cash, J. (2003). Measuring outcomes in plastic surgery: body image and quality of life in abdominoplasty patients. *Plastic Reconstruction Surgery*;112 (2): 619-25;discussion 626-7.

[42] Newell, R., (2000). Psychological difficulties amongst plastic surgery ex-patients following surgery to the face: a survey. *Br J Plastic Surgery*; 53 (5): 386-92.

[43] Shakespear, V., Postle, K., (1999). A qualitative study of patients' views on the effects of breast-reduction surgery: a 2-year follow up surgery. *Br J. Plastic Surgery*; 52 (3): 198-204.

Οι Ozgur, Tuncali και Guler Gursu στην ερευνά τους καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι άτομα με σωματικές δυσμορφίες διαθέτουν χαμηλότερη ικανοποίηση από τη ζωή τους, καθώς και χαμηλότερη αυτό-εκτίμηση από το "γενικό" πληθυσμό[44].

Οι Beer και Kompatscher αναφέρουν ότι ο πλαστικός χειρουργός πρέπει να κατανοήσει τη γενικότερη ψυχολογία του ασθενούς με σωματική δυσμορφία ,την προσωπικότητα του, την αντίληψή του για την πραγματικότητα , για την αυτό-εικόνα του, για την αντίληψή του για το επίπεδο της επικοινωνίας του με τους άλλους. Όλα αυτά θα βοηθήσουν για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα[45].

Μια ακόμη έρευνα των Arndt, Travis, Lefebvre, Niec και Munro αποκαλύπτει ότι ασθενείς με σωματικές δυσπλασίες μετά την πλαστική χειρουργική επέμβαση αυξήθηκαν τα επίπεδα αυτό-εκτίμησής τους, η κοινωνική τους αποδοχή από τους τρίτους καθώς και η αποδοχή τους στην εργασία από τους συναδέλφους τους[46].

Μια ακόμη έρευνα, εκείνη των Hollyman, Lacey, Whtfield και Wilson καταλήγει στο ότι γυναίκες που έχουν υποβληθεί σε μειωτική μαστών, οι οποίες χαρακτηρίζονταν από χαμηλή αυτό-πεποίθηση, αυτό-εικόνα, κακή διάθεση και από μη φυσιολογικά ψυχονευρωτικά προφίλ πριν την επέμβαση, είχαν σαφή βελτίωση σε όλα τις προαναφερόμενες διαστάσεις[47].

Μια άλλη έρευνα των Liedtke, Badura και Jung, αναφέρει ότι Το ψυχοσωματικό status γυναικών που προέβησαν σε μειωτική μαστών άλλαξε και βελτιώθηκε θετικά μετά την επέμβαση στις διαστάσεις που αφορούν στη σεξουαλικότητα, τις κοινωνικές σχέσεις , την κοινωνική ηχηρότητα, την κοινωνική δραστικότητα και τη συντροφικότητα[48].

Μια τελευταία μας αναφορά, αφορά στην έρευνα του Hinderer ο οποίος θεωρεί ότι τα κίνητρα των αισθητικών χειρουργικών επεμβάσεων για την κατάκτηση μιας πιο αρμονικής εμφάνισης ή της θεραπείας εξωτερικών σημαδιών της ηλικίας, ξεκινούν από την επιθυμία για αύξηση των επαγγελματικών ευκαιριών, της

---

[44] Ozgur, F., Tuncali, D., Guler Gursu, K., (1998). Life satisfaction, self-esteem, and body image : a psychological evaluation of aesthetic and reconstructive surgery candidates. *Aesthetic Plastic Surgery* ; 22 (6): 412-9.

[45] Beer, G., Kompatscher, P., (1993). Importance of positive interaction in the initial meeting between plastic surgeons and patients: a survey. *Aesthetic Plastic Surgery* ; 17 (1) : 73-5.

[46] Arndt, E., Travis, F., Lefebvre,A., Niec, A., Munro, I., (1986). Beauty and the eye of the beholder : social consequences and personal adjustments for facial patients. Br. J. *Plastic Surgery*; 39 (1): 81-4.

[47] Hollyman, J., Lacey, J., Whtfield, P., Wilson, J., (1986). Surgery for the psyche: a longitudinal study of women underdoing reduction mammomoplasty. Br J. *Plastic Surgery*; 39 (2): 222-4.

[48] Liedtke, B., Badura, H., Jung, H., (1985). Changes in the psychosomatic status following operative-gynecologic and psychosomatic viewpoints. *Geburtshilfe Frauenheilkd*; 45 (5) : 316-9.

καλύτερης «υιοθέτησής» μας από το κοινωνικό περιβάλλον. Ο κύριος σκοπός αναφέρει ο ερευνητής είναι η βελτίωση της αυτό-πεποίθησης η οποία διευκολύνει το άτομο στην κοινωνική του ενσωμάτωση-ολοκλήρωση[49].

[49] Hinderer, U., (1984). Indications and significations of aesthetic plastic surgery. *Handchir. Mikrochir. Plastic Chir.* ;16 (3): 145-50.

Σύνθεση Θεωρίας

Από την προαναφερθήσα θεωρία, συνοψίζοντας, θα πραγματευτούμε θέματα που αφορούν στις αναπαραστάσεις που έχουν τα άτομα σε σχέση με την αυτο-εικόνα, την αυτό-παρουσίαση, την αυτό-πεποίθηση, την κοινωνική ανησυχία, το επάγγελμα και τις φιλοδοξίες που αφορούν σε αυτό, την ανέλιξη του επαγγέλματος και την εξωτερική εικόνα στο επαγγελματικό περιβάλλον, την αυτό-εκτίμηση, την κοινωνική δραστικότητα, την παραγωγικότητα. Και όλες αυτές οι παράμετροι βέβαια σε σχέση με την πλαστική χειρουργική.

Βασιζόμενοι λοιπόν, στην προηγούμενη θεωρία, παρατηρούμε ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις είναι ένα τεράστιο κομμάτι της κοινωνικής ψυχολογίας, ιδιαιτέρως χρήσιμο και σε σχέση με έννοιες όπως εκείνες της αυτό-παρουσιάσης, της αυτό-εικόνας και της αυτό-πεποίθησης στην προσωπική όσο και στην επαγγελματική ζωή του ατόμου. Στην παρούσα εργασία θα επιχειρηθεί να δοθεί έμφαση στην επαγγελματική διάσταση όλων αυτών. Ο τρόπος αντίληψης της πραγματικότητας και της δημιουργίας εικόνων που αφορούν σε αυτή είναι μια πολύπλοκη διαδικασία και ιδιαίτερα καθοριστική για τους ρόλους που ¨υποδύεται¨το άτομο στη ζωή του. Η θεωρία μας διδάσκει πως το άτομο δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στο πως παρουσιάζεται στο περιβάλλον του (όποιο κι αν είναι αυτό), για την εικόνα που έχουν οι άλλοι γι' αυτό και φαίνεται να είναι διατεθημένο να κάνει αλλαγές, οι οποίες θα βοηθήσουν στο να πετύχει τους στόχους του και να επιφέρει βελτίωσεις στην εξωτερική του εικόνα, η οποία με τη σειρά της θα επιφέρει αλλάγες και στις άλλες διαστάσεις που έχουμε ήδη αναφέρει. Οι παρεμβάσεις αυτές μπορεί πολλές φορές να φτάνουν ακόμη και σε μια πλαστική επέμβαση.

Υποθέσεις

Με βάση το εκτενές θεωρητικό πλαίσιο το οποίο παραθέσαμε, οι υποθέσεις μας είναι οι εξής:

1) **Υ0:** Αναμένουμε ότι δεν θα υπάρχουν διαφορετικές αναπαραστάσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών για την πλαστική χειρουργική σε σχέση με την επένδυση αυτής στην εργασία.
   ΥΕ: Αναμένουμε ότι θα υπάρχουν διαφορετικές αναπαραστάσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών για την πλαστική χειρουργική σε σχέση με την επένδυση αυτής στην εργασία.

2) **Υ0:** Η θετική εξωτερική εμφάνιση δεν επηρεαζει το επάγγελμα και την επαγγελματική ανέλιξη.
   ΥΕ1: Η θετική εξωτερική εμφάνιση επηρεάζει θετικά το επάγγελμα και την επαγγελματική ανέλιξη.
   ΥΕ2: Η θετική εξωτερική εμφάνιση επηρεάζει αρνητικά το επάγγελμα και την επαγγελματική ανέλιξη

3) **Υ0:** Τα άτομα δεν συνδέουν την αυξημένη αυτό-πεποίθηση με την θετική εξωτερική εικόνα του ατόμου.
   ΥΕ: Τα άτομα συνδέουν την αυξημένη αυτό-πεποίθηση με την θετική εξωτερική εικόνα του ατόμου.

4) **Υ0:** Δεν αναμένεται διαφορά των αναπαραστάσεων, για την χρήση της πλαστικής χειρουργικής ως επένδυση στο εργασιακό περιβάλλον, ατόμων που εργάζονται σε ιδιωτικό περιβάλλον σε σχέση με εκείνους που εργάζονται σε δημόσιο εργασιακό περιβάλλον.

   ΥΕ: Αναμένεται διαφορά των αναπαραστάσεων, για την χρήση της πλαστικής χειρουργικής ως επένδυση στο εργασιακό περιβάλλον, ατόμων που εργάζονται σε ιδιωτικό περιβάλλον σε σχέση με εκείνους που εργάζονται σε δημόσιο περιβάλλον.

Στήσιμο Έρευνας – Τρόπος συλλογής του Ερωτηματολογίου

Με σκοπό τη διερεύνηση όλων των παραπάνω αποφασίσαμε να κατασκευάσουμε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο θα χορηγήσουμε στο δείγμα μας. Αφού λάβαμε υπόψιν μας ένα μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας, καταγράψαμε ερωτήσεις που αφορούσαν στην αυτό-εικόνα, την αυτο-παρουσίαση, την αυτο-εκτίμηση, το επάγγελμα, την πλαστική χειρουργική κ.λ.π.. Το επόμενο στάδιο αφορούσε στις συνεντεύξεις τις οποίες θα έπρεπε να πραγματοποιήσουμε και οι οποίες θα αποτελούσαν χρήσιμο και απαραίτητο υλικό για την τελική μορφή την οποία θα ελάμβανε το ερωτηματολόγιο.

Πραγματοποιήθηκαν τρεις συνεντεύξεις, μια σε ένα Πλαστικό Χειρουργό, με εμπειρία κοντά σε έναν από τους κορυφαίους Πλαστικούς Χειρουργούς της Ελλάδας και δυο ακόμη συνεντεύξεις σε άτομα που υποβλήθησαν στο παρελθόν σε πλαστική χειρουργική επέμβαση, έναν άντρα και μια γυναίκα. Οι συνεντεύξεις είχαν διάρκεια 45' και έλαβαν χώρα α) η συνέντευξη του Πλαστικού Χειρουργού στο χώρο εργασίας του και β) των δύο άλλων ατόμων στους προσωπικούς τους χώρους αντίστοιχα. Πριν από την παραχώρηση της συνέντευξης, τα υποκείμενα ενημερώθηκαν για το περιεχόμενο της έρευνας καθώς και τα χαρακτηριστικά και τους σκοπούς της και συναίνεσαν σε αυτή. Η απομαγνητοφώνηση των συνεντεύξεων στάθηκε καθοριστικός αρωγός στην κατασκευή του ερωτηματολογίου.

Το ερωτηματολόγιο μας είναι πεντασέλιδο[50], με την πρώτη σελίδα να αφορά σε γενικές οδηγίες συμπλήρωσής του. Θεωρούμε ότι πέντε σελίδες είναι ικανοποιητικές με σκοπό τη γρήγορη και χωρίς δυσανασχέτηση, από το δείγμα μας, συμπλήρωσή του και κατά συνέπεια την αποφυγή απωλειών. Σκοπός της έρευνας είναι να λάβουμε αξιόπιστες και αξιοποιήσιμες απαντήσεις, είναι σαφές πως ένα μεγάλο ερωτηματολόγιο κουράζει τους απαντώντες και δη τους εργαζομένους (καθώς ο σχεδιασμός της έρευνας προβλέπει χορήγηση του στο χώρο εργασίας των υποκειμένων). Είναι γεγονός πως θα μπορούσαμε να βάλουμε επιπλέον ερωτήσεις καλύπτοντας μεγαλύτερο φάσμα εξαρτημένων μεταβλήτων, όμως κάτι τέτοιο θα απέβαινε μοιραίο στην ποιότητα και ποσότητα των απαντήσεων που θα λαμβάναμε. Με μόνο λοιπόν στόχο και κίνητρό μας την επιστημονική εγκυρότητα και σαφήνεια,

[50] Βλ. Παράρτημα.

Με μόνο λοιπόν στόχο και κίνητρό μας την επιστημονική εγκυρότητα και σαφήνεια, επιλέξαμε τη συγκεκριμενοποίηση του θέματος. Πάντοτε βέβαια επιφυλασσόμεθα για μια follow up έρευνα που θα φωτίσει και τα λοιπά ενδιαφέροντά μας (π.χ. status εγχειριζομένων κ.λ.π.).

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 30 ερωτήσεις διερευνητικές και 7 που αφορούν σε δημογραφικά στοιχεία και έχουν τοποθετηθεί στο τέλος του ερωτηματολογίου. Από τις 30 διερευνητικές ερωτήσεις, στις 25 ερωτήσεις τα υποκείμενα καλούνται να απαντήσουν σε μια πενταβάθμια κλίμακα (Likert), 2 ερωτήσεις είναι κλειστές τύπου ναι-όχι (ως γνωστόν τέτοιες ερωτήσεις κωδικοποιούνται και εύκολα, κάνοντας ιδιαίτερα σαφή τη διερεύνηση), 1 ερώτηση έχει δέκα εναλλακτικές επιλογές, 1 τρεις εναλλακτικές επιλογές και τέλος, 1 ακόμη έχει τρεις επιλογές και με τη δυνατότητα του άλλου (π.χ. άλλο_____, ποιο_____). Όπως είναι γνωστό η πενταβάθμια κλίμακα δίνει τη δυνατότητα διαχωρισμού και σαφήνειας των απαντήσεων, και φυσικά δεν κουράζει τον ερωτώμενο (μια κλίμακα τριτοβάθμια θα ήταν ελλιπής, ενώ από την άλλη μια κλίμακα επταβάθμια θα προκαλούσε κούραση και "αποστροφή").

Το ερωτηματολόγιο χορηγήθηκε σε 65 άτομα σε υπαλλήλους των τραπεζών (Citibank, Eurobank και Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας) και σε υπαλλήλους της μεταφορικής εταιρείας, στο χώρο εργασίας τους και κατά τη διάρκεια διαλλείματός τους μετά από σύμφωνη άδεια του Διευθυντή του κάθε υποκαταστήματος (όσον αφορά στις τράπεζες) και τη σύμφωνη γνώμη του HRM στην περίπτωση της μεταφορικής εταιρείας. Οι απαντώτες είχε στη διάθεση του 15', χρόνος αρκέτος για τη σωστή και αξιόπιστη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Πριν τη χορήγηση δε δόθηκαν ιδιαίτερες οδηγίες στα υποκείμενα παρά μόνο λίγα στοιχεία για το σκοπό και τους στόχους της έρευνας. Τα υποκείμενα ενθαρρύνθηκαν να αναγνώσουν προσεκτικά την πρώτη σελίδα του ερωτηματολογίου, στην οποία θα τους δίνονταν σαφείς και πλήρεις οδηγίες για τη σωστή συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Θα θέλαμε να αναφέρουμε στο σημείο αυτό την πολύ θετική ανταπόκριση των υποκειμένων και το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που έδειξαν κατά τη διάρκεια της παραμονής μας στους χώρους εργασίας τους. Δεν παρατηρήσαμε καμία δυσκολία στη συμπλήρωσή του από τα υποκείμενα, δεδομένου ότι σε καμία περίπτωση δε χρειάστηκε να δοθούν διευκρινιστικές απαντήσεις, αφού δεν υπήρξαν ερωτήσεις. Όπως είναι σαφές δεν παραλείψαμε να ευχαριστήσουμε πριν από την αποχώρησή μας

τόσο τον Διευθυντή του κάθε υποκαταστήματος, τον HRM της μεταφορικής εταιρείας, όσο και τους ίδιους τους ερωτώμενους.

Περιγραφή Δείγματος – Δημογραφικά

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στα δημογραφικά – περιγραφικά στοιχεία του δείγματός μας.

Πίνακας 1: Στατιστικά των Valid και Missing σε όλες τις κατηγορίες. (N=65, male=27, female=38):

Statistics

		AGE OF RESPONDENTS	SEX OF RESPONDENTS	PLACE OF BIRTH OF RESPONDENTS	PLACE OF RESIDENSE OF THE RESPONDENTS	TYPE OF WORK OF RESPONDENTS	EDUCATION OF RESPONDENTS	INCOME OF EACH RESPONDENT
N	Valid	65	65	65	65	65	65	65
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Παρατηρούμε στον πίνακα αυτό πως τα υποκείμενά μας δεν άφησαν καμία ερώτηση αναπάντητη, δηλαδή δεν είχαμε καμία Missing τιμή.

Πίνακας 2:Στατιστικά της κατηγορίας ηλικίας του δείγματος. (N=65, male=27, female=38).

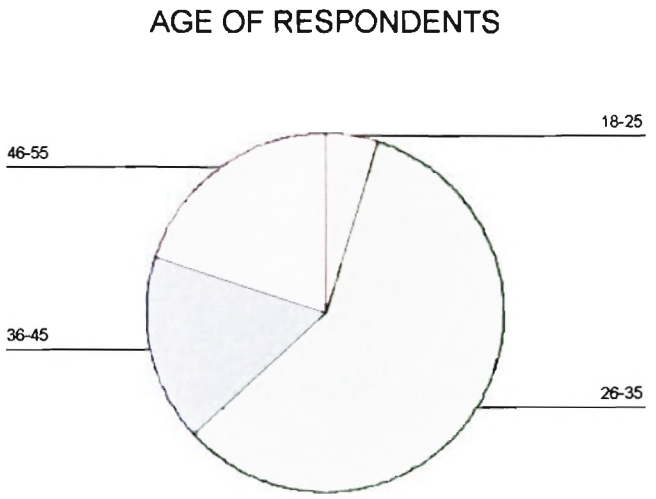
AGE OF RESPONDENTS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	3	4,6	4,6	4,6
	26-35	38	58,5	58,5	63,1
	36-45	11	16,9	16,9	80,0
	46-55	13	20,0	20,0	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός μας ανήκει στην κατηγορία 26-35 ετών, αποτελώντας το 58,5% του συνόλου. Κάτι τέτοιο είναι κατανοητό αν κανείς

λάβει υπόψιν του τους συγκεκριμένους εργασιακούς χώρους από τους οποίους προέρχεται το δείγμα μας.

Διάγραμμα 1: Απεικόνιση των κατηγοριών της ηλικίας. (N=65, male=27, female=38).



Πίνακας 3: Στατιστικά του φύλου του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

SEX OF RESPONDENTS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MALE	27	41,5	41,5	41,5
	FEMALE	38	58,5	58,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Αναφορικά με τον πίνακα το 58,5% του δείγματός μας αποτελούν γυναίκες ενώ οι άντρες αποτελούν το 41,5%[51].

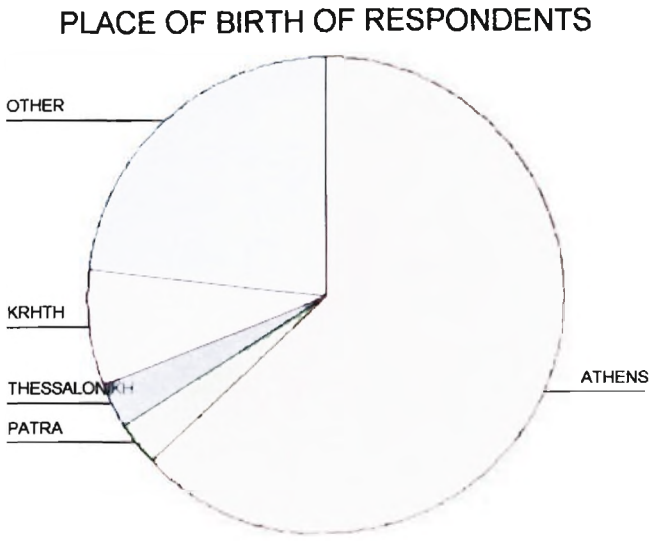
[51] Βλ. Παράρτημα.

Πίνακας 4: Στατιστικά του τόπου γέννησης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

PLACE OF BIRTH OF RESPONDENTS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ATHENS	41	63,1	63,1	63,1
	PATRA	2	3,1	3,1	66,2
	THESSALONIKH	2	3,1	3,1	69,2
	KRHTH	5	7,7	7,7	76,9
	OTHER	15	23,1	23,1	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Διάγραμμα 2: Απεικόνιση των ποσοστών του τόπου γέννησης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).



Πίνακας 5: Στατιστικά του τόπου διαμονής του δείγματός μας . (N=65, male=27, female=38).

PLACE OF RESIDENSE OF THE RESPONDENTS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ATHENS	60	92,3	92,3	92,3
	OTHER	5	7,7	7,7	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Το 92,3% του δείγματός μας διαμένει στην Αθήνα, ενώ υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 7,7% που διαμένει εκτός Αθηνών[52].

Πίνακας 6:Στατιστικά του τύπου εργασίας του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

TYPE OF WORK OF RESPONDENTS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIVATE EMPL. EUROBANK	15	23,1	23,1	23,1
	PUBLIC EMPL. NATIONAL BANK	21	32,3	32,3	55,4
	PRIVATE EMPL. CITYBANK	20	30,8	30,8	86,2
	PRIVATE EMPL. TRANSPORT COMPANY	9	13,8	13,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Από τον πίνακα διακρίνουμε ότι 23,1% εργάζεται στη Eurobank, το 32,3% στην Εθνική Τράπεζα, το 30,8% στη Citibank και το 13,8% στη μεταφορική εταιρεία[53].

[52] Βλ.Παράρτημα
[53] Βλ.Παράρτημα

Πίνακας 7: Στατιστικά του επιπέδου εκπαίδευσης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

EDUCATION OF RESPONDENTS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LYKEIO	21	32,3	32,3	32,3
	TEI/AEI	35	53,8	53,8	86,2
	OTHER	9	13,8	13,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Από τα στατιστικά παρατηρούμε ότι το 32,3% έχει τελειώσει το Λύκειο, το 53,8% είναι κάτοχος πτυχίου ΤΕΙ/ΑΕΙ και το 13,8% έχει πάρει κάποιο πτύχιο μεταξύ Λυκείου και κατηγορίας ΤΕΙ/ΑΕΙ (ΙΕΚ, ΚΟΛΕΓΙΟ κ.λ.π.). Ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματός μας λοιπόν έχει λάβει υψηλή εκπαίδευση[54].

Πίνακας 8: Στατιστικά του εισοδήματος του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

INCOME OF EACH RESPONDENT

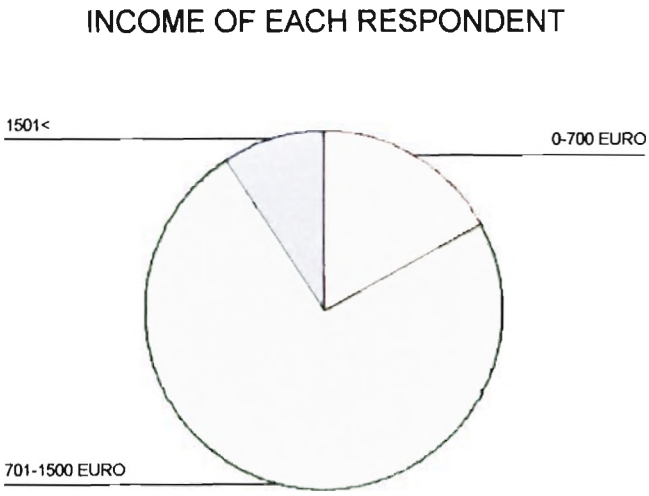
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-700 EURO	11	16,9	16,9	16,9
	701-1500 EURO	48	73,8	73,8	90,8
	1501<	6	9,2	9,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός μας 73,8% λαμβάνει μηνιαίο εισόδημα μεταξύ 701-1500€, το 16,9% μεταξύ 0-700€ και μόνο το 9,2% λαμβάνει εισόδημα

[54]Βλ.Παράρτημα

πανώ από 1500€. Το μεγαλύτερο δηλαδή ποσοστό του δείγματός μας λογίζονται στους υψηλόμισθους.

Διάγραμμα 3: Απεικόνιση του εισοδήματος του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

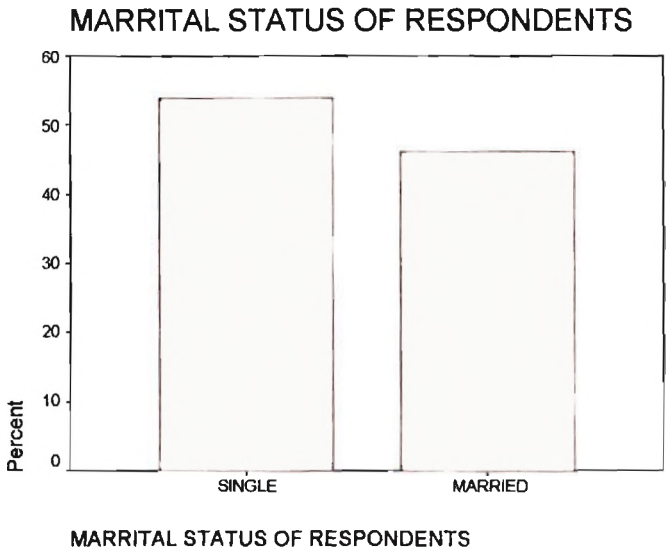


Πίνακας 9: Στατιστικά της οικογενειακής κατάστασης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

MARRITAL STATUS OF RESPONDENTS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SINGLE	35	53,8	53,8	53,8
	MARRIED	30	46,2	46,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ραβδόγραμμα 1: Απεικόνιση της οικογενειακής κατάστασης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).



Το δείγμα μας αποτελείται από 53,8% άγαμους και 46,2% έγγαμους[55].

[55] Βλ.Παράρτημα

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Στο παρόν κεφάλαιο θα προχωρήσουμε στην παρουσιάση των αποτελεσμάτων της έρευνας μέσα από τους εν γένει στατιστικούς ελέγχους τους οποίους πραγματοποιήσαμε.

Θεωρούμε σκόπιμο να ξεκινήσουμε την παρουσίαση των αποτελεσμάτων με το στατιστικό έλεγχο της Factor Analysis.

Πίνακας 10: Total Variance Explained. (N=65, male=27, female=38).

Total Variance Explained

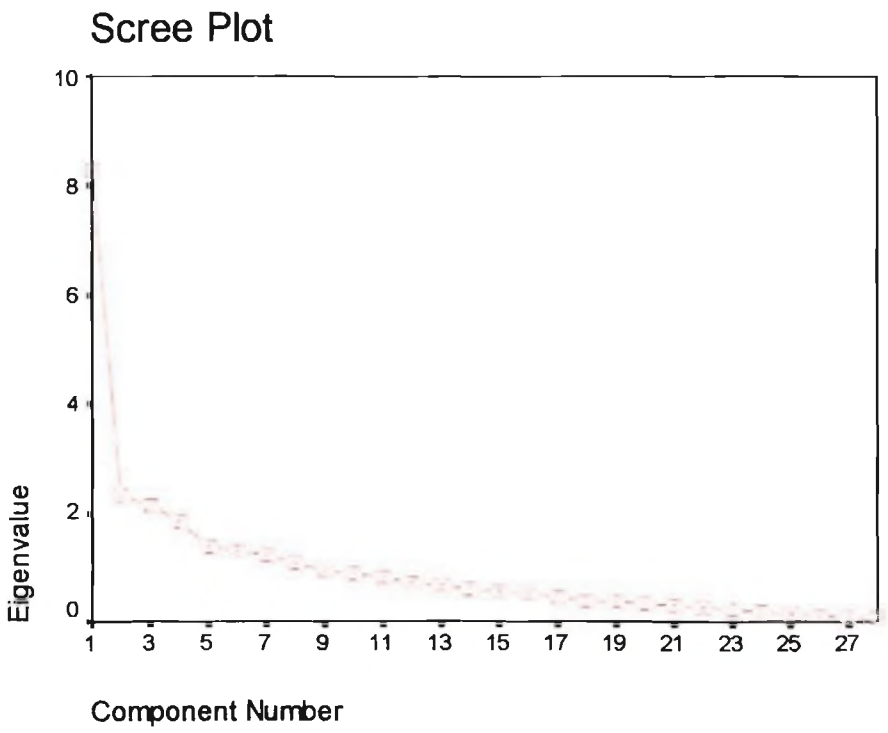
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Component	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8,289	29,605	29,605	8,289	29,605	29,605	5,329	19,032	19,032
2	2,307	8,238	37,843	2,307	8,238	37,843	3,329	11,889	30,921
3	2,148	7,671	45,514	2,148	7,671	45,514	2,462	8,792	39,714
4	1,857	6,631	52,144	1,857	6,631	52,144	2,057	7,348	47,061
5	1,347	4,811	56,956	1,347	4,811	56,956	1,649	5,888	52,949
6	1,296	4,630	61,585	1,296	4,630	61,585	1,639	5,852	58,801
7	1,232	4,398	65,984	1,232	4,398	65,984	1,561	5,577	64,378
8	1,050	3,749	69,732	1,050	3,749	69,732	1,499	5,355	69,732
9	,930	3,322	73,054						
10	,896	3,200	76,255						
11	,801	2,862	79,116						
12	,709	2,533	81,650						
13	,649	2,316	83,966						
14	,584	2,084	86,050						
15	,565	2,019	88,069						

16	,527	1,883	89,952
17	,437	1,561	91,513
18	,376	1,342	92,855
19	,357	1,274	94,129
20	,321	1,147	95,277
21	,287	1,025	96,301
22	,257	,919	97,220
23	,216	,772	97,992
24	,167	,598	98,590
25	,155	,553	99,143
26	,105	,376	99,519
27	7,472E-02	,267	99,786
28	6,004E-02	,214	100,000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Από τον παραπάνω πίνακα (Total Variance Explained) μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις παράγοντες, οι οποίοι εξηγούν το 52,144% της διασποράς. Ο πρώτος παράγοντας εξηγεί το 29,605%, ο δεύτερος το 8,238%, ο τρίτος το 7,671% και ο τέταρτος το 6,631%. Το γεγονός ότι τέσσερις παράγοντες εξηγούν το 52,144% της διασποράς είναι ιδιαίτερα σημαντικό, αποτελώντας ένα κύριο στοιχείο ότι οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου μας έχουν συνάφεια και είναι προορισμένες να μετρούν συγκεκριμένα στοιχεία.

Πίνακας 11: Scree Plot. (N=65, male=27, female=38).



Όπως είναι φανερό το Scree Plot έχει τη μορφή, η οποία μας δηλώνει ακριβώς το ότι οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου έχουν συνοχή και μετρούν συγκεκριμένες διαστάσεις.

Πίνακας 12: Component Matrix. (N=65, male=27, female=38).

Component Matrix

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
SURGERY AND CHANGE IN COWORKER BEHAVIOR	,829	-9,214E-02	-2,884E-02	-,119	7,839E-02	9,439E-02	4,243E-02	,176
META-SURGERY WORK CLAIMING	,787	-,121	,171	-,163	-1,072E-02	,112	2,736E-02	,169
META-SURGERY SELF ESTEEM	,754	-,391	-,135	1,057E-02	2,181E-02	-4,421E-02	-3,786E-04	9,163E-03
META-SURGERY SELF IMAGE	,731	-,524	-1,200E-02	6,745E-02	,122	5,497E-02	,222	-5,717E-02
META-SURGERY AND SELF POWER	,727	-,394	-,168	,100	,150	7,298E-02	-,108	6,883E-02
SELF IMAGE AND WORK	,721	,232	,362	,114	-,159	5,895E-02	5,015E-02	-9,319E-02
SURGERY AND WORK	,711	8,088E-03	,255	5,061E-02	-3,682E-02	,102	-,232	,156

EVOLUTION								
PERSONAL BODILY DEFORMITY AND SELECTION OF WORK	,679	,172	,184	,291	-,195	-3,229E-02	-2,913E-02	-,358
META-SURGERY AND PRODUCTIVITY	,651	,228	3,076E-02	,187	-9,611E-02	-3,874E-02	-,222	2,477E-02
SURGERY AND WORK INVESTMENT	,647	,333	,109	-,135	-,149	,174	,140	,245
UNGLINESS AND WORK FAILURE	,625	,313	,151	-,111	-4,642E-02	,127	,322	-9,479E-02
SELF IMAGE AND INTERPERSONAL RELATIONS	,620	-5,213E-02	-,197	7,179E-02	-,171	-,366	8,699E-02	,127
META-SURGERY SELF CONFIDENCE	,612	-,319	-,174	,211	-5,637E-02	2,548E-02	,126	-,259
DESIRE FOR SURGERY	,575	4,162E-02	-,104	9,674E-02	,132	1,494E-02	-,297	-,514
SURGERY AND	,526	-,419	-,187	,281	,128	-8,121E-02	-3,215E-02	,201

POSITIVE SELF PSYCHOLOGY								
ARE YOU AMBITIOUS	,478	,218	-8,385E-02	-,243	-,239	-1,168E-02	,319	-,215
IS YOUR WORK	,185	,669	,237	,297	,208	-8,570E-02	7,101E-02	,151
SOCIAL INFORMATION FROM PLASTIC SURGEON	2,764E-03	,210	-,791	-,139	-,187	9,094E-02	-,140	7,567E-02
PRO-SURGERY	,337	-,223	,551	-,101	-2,254E-03	-,246	-,185	,202
SOCIAL FEAR PRO-SURGERY	-,474	-,296	,484	,180	,231	-3,450E-02	,228	,160
FEAR DIFFICULTY IN DECISION FOR SURGERY	-,347	-,105	,438	,274	,134	,358	,236	-,271
PRO-SURGERY	-,362	-8,267E-02	-,160	,615	,220	,276	-,265	-2,077E-02
SATISFACTION WITH SELF CONIDENCE								
VALUE OF WORK IN YOUR LIFE	,320	,463	-4,165E-02	,535	,121	-,215	-,226	5,813E-02
REASONS FOR SURGERY	,247	,151	,133	-,465	,416	,116	-,246	-8,158E-02
INTEREST	,389	,359	-,254	4,175E-02	,577	-5,637E-02	,198	,189

OF OTHERS' OPINION								
MOST USED	,287	9,793E-02	-,203	-,355	,545	,205	,105	-,164
TYPE OF SURGERY								
PRO-SURGERY	1,608E-02	6,847E-02	-,235	,349	-,212	,670	,232	,261
SATISFACTION WITH SELF IMAGE								
EMMONH ALLAGHS XARAKTHRISTIKOY	-,134	1,674E-02	-,256	,290	,145	-,475	,521	-8,538E-02

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a 8 components extracted.

Από τη Factor Analysis προέκυψαν οκτώ παράγοντες από τους οποίους όπως ήδη αναφέραμε θα δεχθούμε και θα ασχοληθούμε με τους τέσσερις πρώτους οι οποίοι εξηγούν το 52.144% της διασποράς[56]. Στη συνέχεια θα ταξινομήσουμε τις ερωτήσεις που αντιστοιχούν στους τέσσερις πρώτους παράγοντες και ανάλογα με το περιεχόμενό τους θα τους ονοματίσουμε.

Factor 1:Κεντρικά Χαρακτηριστικά Αναπαραστάσεων για την Πλαστική Χειρουργική

1)Πλαστική χειρουργική επέμβαση και θετική αλλαγή συμπεριφοράς από το εργασιακό περιβάλλον (,829).

2)Μετα-χερουργική διεκδικητικότητα στο εργασιακό περιβάλλον (,787).

3)Μετα-χειρουργική αυτό-πεποίθηση (,754).

4)Μετα-χειρουργική αυτό-εικόνα (,731).

5)Μετα-χειρουργική δραστικότητα (,727).

[56] Βλ.Παράρτημα

6)Αυτό-εικόνα και επάγγελμα (,721).

7)Πλαστική χειρουργική επέμβαση και επαγγελματική ανέλιξη (,711).

8)Σωματικές δυσμορφίες και επιλογή επαγγέλματος (,679)

9)Μετα-χειρουργική παραγωγικότητα εργασίας (,651).

10)Πλαστική χειρουργική επέμβαση και επαγγελματική επένδυση (,647).

11)Ασχήμια και επαγγελματική αποτυχία (,625).

12)Αυτό-εικόνα και διαπροσωπικές σχέσεις (,620).

13)Μετα-χειρουργική βελτίωση αυτοπεποίθησης (,612).

14)Πλαστική χειρουργική και βελτίωση της γενικότερης ψυχολογίας (,575).

15)Φιλοδοξία (,478).

Factor 2: Κοινωνικό Επαγγέλμα

1)Κοινωνικό επάγγελμα (,669).

Factor 3: Προ-εγχειρητικές Αναπαραστάσεις Πλαστικής Χειρουργικής

1)Προ-εγχειρητική πληροφόρηση από τον Πλαστικό Χειρουργό (,-791).

2)Προ-εγχειρητικός κοινωνικός φόβος (,551).

3)Προ-εγχειρητικός φόβος (,484).

4)Δυσκολία λήψης απόφαση για την πλαστική χειρουργική επέμβαση (,438).

Factor 4: Κοινωνικές και Ατομικές Αναπαραστάσεις για την Πλαστική Χειρουργική

1)Προ-εγχειρητική αυτό-πεποίθηση (,615).

2)Αξία επαγγέλματος στη ζωή (,537).

3)Λόγοι για να υποβληθεί κάποιος σε πλαστική χειρουργική επέμβαση (,-465).

Descriptive Statistics των 30 ερωτήσεων

Ερώτηση 1: Πιο συνηθισμένη πλαστική χειρουργική επέμβαση.

Πίνακας 13: Εικόνα της πιο συνηθισμένης χειρουργικής επέμβασης. (N=65, male=27, female=38).

MOST USED TYPE OF SURGERY

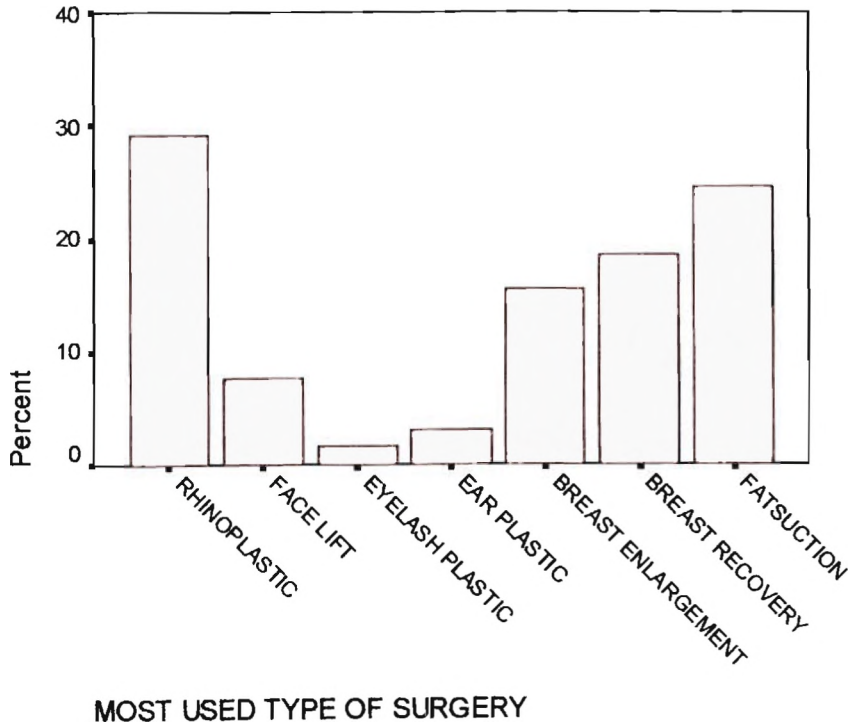
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RHINOPLASTIC	19	29,2	29,2	29,2
	FACE LIFT	5	7,7	7,7	36,9
	EYELASH PLASTIC	1	1,5	1,5	38,5
	EAR PLASTIC	2	3,1	3,1	41,5
	BREAST ENLARGEMENT	10	15,4	15,4	56,9
	BREAST RECOVERY	12	18,5	18,5	75,4
	FATSUCTION	16	24,6	24,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Από τον παραπάνω πίνακα διακρίνουμε ότι το δείγμα μας απαντώντας στην ερώτηση θεωρεί ότι η αναπαράσταση που έχει για την πιο συνηθισμένη πλαστική χειρουργική επέμβαση αφορά στη ρινοπλαστική με ποσοστό 29,2%, στη συνέχεια ακολουθεί η λιποαναρρόφηση με ποσοστό 24,6% και η ανόρθωση μαστών με ποσοστό 18,5%. (Ακολουθούν και οι άλλες χειρουργικές επεμβάσεις με πολύ μικρότερα ποσοστά.

Οι απαντήσεις φαίνεται να είναι αναμενόμενες. Η πλαστική επέμβαση της ρινοπλαστικής αφορά και στα δύο φύλλα, θεωρείται από τους ειδικούς από τις "εύκολες" πλαστικές επεμβάσεις και μπορεί να γίνει σε μεγάλο εύρος ηλικιών (από μικρότερες μέχρι μεγαλύτερες). Αν αναλογιστεί από την άλλη κανείς τα γυναικεία πρότυπα τα οποία αναδεικνύονται καθημερινά από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και όχι μόνο, είναι λογική και αναμενόμενη η εμφάνιση των πλαστικών χειρουργικών επεμβάσεων της λιποαναρρόφησης και της ανόρθωσης των μαστών ως δύο από τις πιο συχνές επεμβάσεις πλαστικής χειρουργικής που πραγματοποιούνται.

Στη συνέχεια παραθέτουμε και ένα ραβδόγραμμα, το οποίο απεικονίζει με μεγαλύτερη σαφήνεια τα δεδομένα, κάνοντας τη σύγκριση πιο αντιληπτή στον αναγνώστη.

Ραβδόγραμμα 2: Απεικόνιση της πιο συνηθισμένης πλαστική χειρουργικής επέμβασης. (N=65, male=27, female=38).



Ερώτηση 2: Βαθμός επιθυμίας για πλαστική χειρουργική επέμβαση.

Πίνακας 14: Descriptive statistics. Εικόνα του βαθμού επιθυμίας για πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38).

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DESIRE FOR SURGERY	65	3	5	4,14	,70
Valid N (listwise)	65				

Πίνακας 15: Εικόνα του βαθμού επιθυμίας για πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38).

DESIRE FOR SURGERY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ARKETA	12	18,5	18,5	18,5
	POLY	32	49,2	49,2	67,7
	APOLYTA	21	32,3	32,3	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Είναι εμφανές το γεγονός, σύμφωνα με το οποίο η αναπάρασταση που έχει το δείγμα μας για το πόσο επιθυμεί την επέμβαση το άτομο που πρόκειται να υποβληθεί σε αυτή, αφορά την απάντηση πολύ με ποσοστό 49,2% και ακολουθεί η απάντηση με ποσοστό 32,3%. Είναι σαφές ότι η πλαστική επέμβαση αποτελεί κατί το ιδιαίτερα σημαντικό, και δεν παύει να ενέχει τους κινδύνους που ενέχει οποιοδήποτε άλλο χειρουργείο. Γι' αυτούς τους λόγους είναι κατανοητή και αναμενόμενη η αναπαράσταση που έχει μεγάλο μέρος του δειγματός μας, ότι η πλαστική χειρουγική

αφορά επεμβάσεις στις οποίες τα άτομα, τα οποία πρόκειται να υποβληθούν σε αυτές, επιθυμούν «πολύ» ή «απόλυτα»[57].

Ερώτηση 3: Είναι η επιθύμια κάποιου για πλαστική χειρουργική επέμβαση εμμονή;

Πίνακας 16: Εικόνα του η επιθυμία κάποιου για πλαστική χειρουργική επέμβαση αποτελεί εμμόνη. (N=65, male=27, female=38).

EMMONH ALLAGHS XARAKTHRISTIKOY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES	18	27,7	27,7	27,7
	NO	47	72,3	72,3	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Το δείγμα μας θεωρεί ότι μπορεί ο επιθυμών την επέμβαση να το θέλει ¨πολύ¨ ή ακόμη και ¨απόλυτα¨, η επιθυμία του όμως αυτή δε φαίνεται καθόλου να φτάνει στα όρια της εμμονής (όχι ποσοστο 72,3%). Η αναπαράσταση που έχει το δείγμα μας μας υπαγορεύει ότι τα άτομα που προχωρούν σε πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις είναι πλήρως συνειδητοποιημένα για το τι πρόκειται να κάνουν[58].

Ερώτηση 4: Λόγοι για τους οποίους κάποιος προχωρά σε πλαστική χειρουργική επέμβαση.

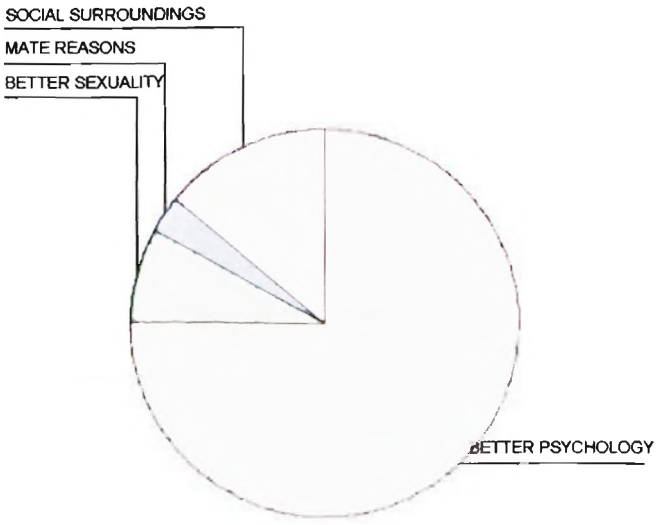
[57] Βλ.Παράρτημα
[58] Βλ.Παράρτημα

Πίνακας 17: Εικόνα των λόγων για να προχωρήσει κάποιος σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38).

REASONS FOR SURGERY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BETTER PSYCHOLOGY	49	75,4	75,4	75,4
	BETTER SEXUALITY	5	7,7	7,7	83,1
	MATE REASONS	2	3,1	3,1	86,2
	SOCIAL SURROUNDINGS	9	13,8	13,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Διάγραμμα 3: Απεικόνιση των λόγων για τους οποίους κάποιος προχωρά σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38).



Τόσο από την παράθεση του πίνακα, όσο και από το διάγραμμα είναι φανερό πως η αναπαράσταση που έχει το δείγμα μας για τον σημαντικότερο λόγο υποβολής κάποιου σε πλαστική χειρουργική επέμβαση, είναι η βελτίωση της ψυχολογίας του με ποσοστό 75,4% και ακολουθεί με ένα ποσοστό 13,8% ο κοινωνικός περίγυρος. Φαινεται ότι τα υποκείμενά μας πιστεύουν ότι τα άτομα που αποφασίζουν να

υποβληθούν σε πλαστική χειρουγική επέμβαση το κάνουν πρώτα για τον εαυτό τους και μετά για τον κοινωνικό τους περίγυρο.

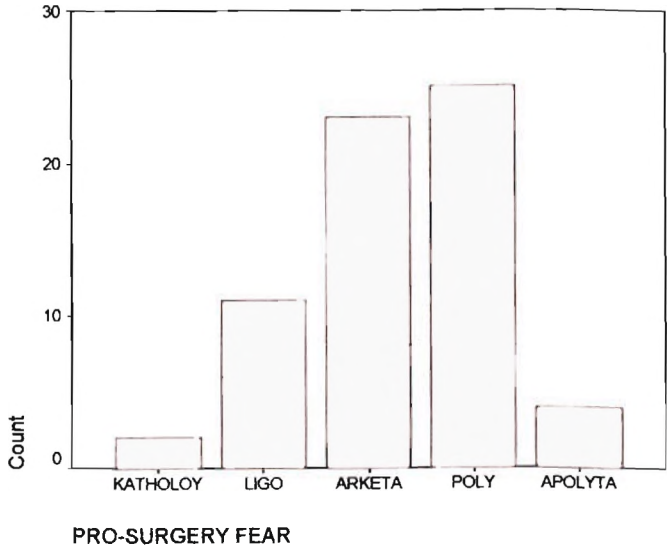
Ερώτηση 5: Προ-εγχειρητικός φόβος.

Πίνακας 18: Εικόνα προ-εγχειρητικού φόβου. (N=65, male=27, female=38)

PRO-SURGERY FEAR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	2	3,1	3,1	3,1
	LIGO	11	16,9	16,9	20,0
	ARKETA	23	35,4	35,4	55,4
	POLY	25	38,5	38,5	93,8
	APOLYTA	4	6,2	6,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ραβδόγραμμα 4: Απεικόνιση του προ-εγχειρητικού φόβου. (N=65, male=27, female=38)



Τα υποκείμενά μας φαίνεται να έχουν την αναπαράσταση ότι τα άτομα που πρόκειται να υποβληθούν σε πλαστική χειρουργική επέμβαση διακατέχονται από "πολύ" φόβο σε ποσοστό 38,5%, από "αρκετό" φόβο σε ποσοστό 35,4% και ακολουθούν οι άλλες κατηγορίες με μικρότερα ποσοστά. Είναι άξιο λόγου το γεγονός ότι τα υποκείμενά μας φαίνεται να έχουν την εξής αναπαράσταση για τα άτομα που υποβάλλονται σε πλαστικές χειρουγικές επεμβάσεις ,παρόλο το γεγονός ότι φοβούνται πόλυ προ-εγχειρητικά φαίνεται να μη διστάζουν να προχωρήσουν σε επέμβαση γιατί τη θεωρούν ιδιαίτερα σημαντική για τη βελτίωση της ψυχολογίας τους.

Ερώτηση 6: Ενημέρωση από τον πλαστικό χειρουγό για τους ενδεχόμενους κινδύνους της επέμβασης.

Πίνακας 19: Εικόνα της ενημέρωσης από τον πλαστικό χειρουργό για τους ενδεχόμενους κινδύνους της επέμβασης. (N=65, male=27, female=38)

INFORMATION FROM PLASTIC SURGEON

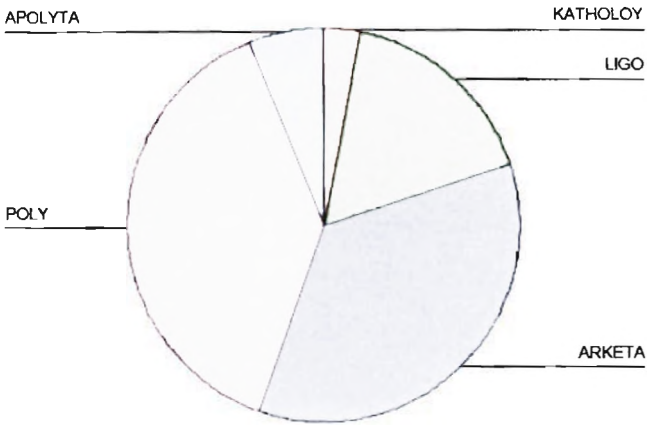
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LIGO	12	18,5	18,5	18,5
	ARKETA	21	32,3	32,3	50,8
	POLY	24	36,9	36,9	87,7
	APOLYTA	8	12,3	12,3	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Μόνο το 36.9% του δείγματός μας πιστεύει ότι παρέχεται "πολύ" πληροφόρηση απόν πλαστικό χειρουργό στο άτομο που πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. Το 32,3% πιστεύει την "αρκετή" ενημέρωση και ένα ποσοστό 18,5% τη "λίγη". Γενικά η κοινή πείρα που υπαγορεύει ότι πολλά στοιχεία

τα οποία αφορούν σε ενδεχόμενους κινδύνους των επεμβάσεων αποκρύπτονται από τους χειρουργούς, τείνει να επιβεβαιωθεί από τις απαντήσεις των υποκειμένων[59].

Ερώτηση 7: Δυσκολία απόφασης για να προχωρήσει κάποιος σε πλαστική χειρουργική επέμβαση

Διάγραμμα 5: Απεικόνιση δυσκολίας απόφασης για να προχωρήσει κάποιος σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38)



Από το ραβδόγραμμα είναι εμφανές ότι το δείγμα μας έχει την εξής αναπαράσταση για το συγκεκριμένο ερώτημα : τα υποκείμενα τα οποία πρόκειται να υποβληθούν σε πλαστική χειρουργική επέμβαση δυσκολεύονται "πολύ" ή τουλάχιστον "αρκετά" για να πάρουν μια τέτοια απόφαση. Αυτό όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς είναι λογικό, δεδομένου της σημαντικότητας και των κινδύνων τέτοιων επεμβάσεων[60].

[59] Βλ.Παράρτημα
[60] Βλ.Παράρτημα

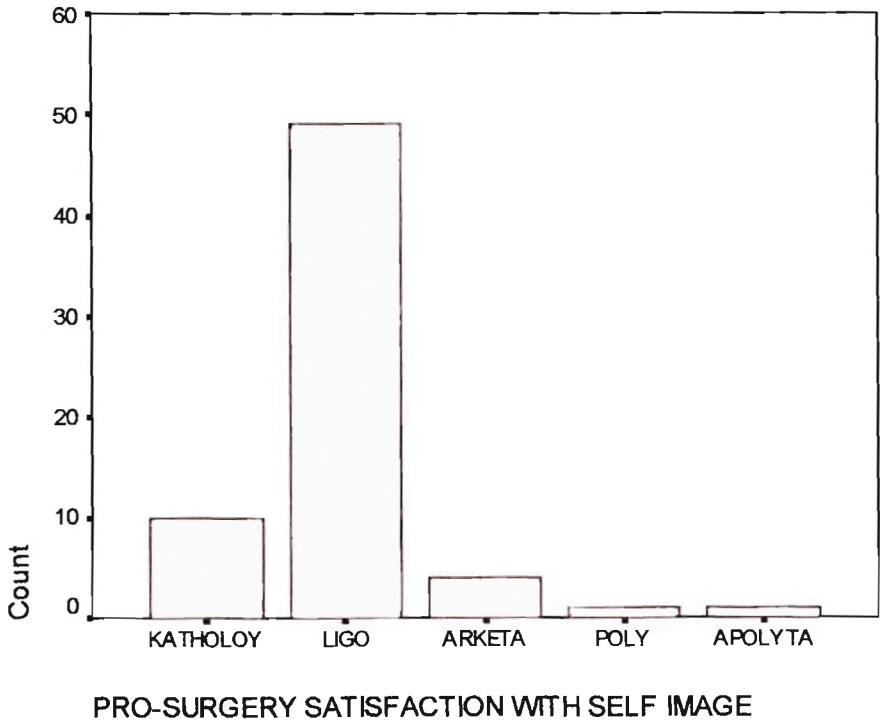
Ερώτηση8: Προ-εγχειρητική ικανοποίηση της αυτο-εικόνας κάποιου ο οποίος πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση.

Πίνακας 20: Εικόνα της προ-εγχειρητικής ικανοποίησης της αυτο-εικόνας κάποιου ο οποίος πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38)

PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF IMAGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	10	15,4	15,4	15,4
	LIGO	49	75,4	75,4	90,8
	ARKETA	4	6,2	6,2	96,9
	POLY	1	1,5	1,5	98,5
	APOLYTA	1	1,5	1,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ραβδόγραμμα 6: Απεικόνιση της προ-εγχειρητικής ικανοποίησης της αυτο-εικόνας κάποιου ο οποίος πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38)



Τόσο από τον πίνακα όσο και από το ραβδόγραμμα είναι φανερό ότι το δείγμα μας πιστεύει ότι τα άτομα που πρόκειται να προχωρήσουν σε πλαστική χειρουργική επέμβαση διαθέτουν "λίγη" ή "καθόλου" θετική εξωτερική εικόνα προ-εγχειρητικά. Ένα τέτοιο γεγόνος είναι αναμενόμενο, δεδομένου ότι η θετική εξωτερική εικόνα αποτελεί ένα ιδιαίτερα ενισχυτικό στοιχείο της αυτοπεποίθησης[61].

Ερώτηση9: Προ-εγχειρητικός βαθμός αυτο-πεποίθησης κάποιου ο οποίος πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση.

Πίνακας 21: Εικόνα προ-εγχειρητικού βαθμού αυτο-πεποίθησης κάποιου ο οποίος πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38)

PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF CONIDENCE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	8	12,3	12,3	12,3
	LIGO	38	58,5	58,5	70,8
	ARKETA	16	24,6	24,6	95,4
	POLY	3	4,6	4,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Κάτι ανάλογο συμβαίνει και εδώ όπως και στο προηγούμενο ερώτημα. Τα άτομα που καταφεύγουν σε πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις διαθέτουν μειωμένη αυτο-πεποίθηση προ-εγχερητικά.

Ερώτηση10: Προ-εγχειρητικός κοινωνικός φόβος, κοινωνική ανησυχία κάποιου που πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση.

Πίνακας 22: Εικόνα του προ-εγχειρητικού κοινωνικού φόβου, κοινωνικής ανησυχίας κάποιου που πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38)

PRO-SURGERY SOCIAL FEAR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	5	7,7	7,7	7,7
	LIGO	17	26,2	26,2	33,8
	ARKETA	30	46,2	46,2	80,0
	POLY	12	18,5	18,5	98,5
	APOLYTA	1	1,5	1,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

[61] Βλ.Παράρτημα

Το δείγμα μας κατά ποσοστό 46,2% θεωρεί ότι κάποιος ο οποίος πρόκειται να υποβληθει σε πλαστική χειρουγική επέμβαση διακατέχεται σε ¨αρκετό¨βαθμό από κοινωνικό φόβο, κοινωνική ανησυχία. Κάτι τέτοιο μπορούμε να εικάσουμε ότι είναι λογικό αφού το άτομο αυτό χαρακτηρίζεται και από μειωμένη αυτο-πεποίθηση[62].

Ερώτηση11: Σημαντικότητα επαγγέλματος στη ζωή.

Πίνακας 23: Εικόνα της σημαντικότητας του επαγγέλματος στη ζωή. (N=65, male=27, female=38)

VALUE OF WORK IN YOUR LIFE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ARKETA	15	23,1	23,1	23,1
	POLY	30	46,2	46,2	69,2
	APOLYTA	20	30,8	30,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Όπως ήταν αναμενόμενο, η αναπαράσταση που έχουν τα υποκείμενά μας για τον τομέα του επαγγέλματος στη ζωή είναι ιδιαίτερα σαφής ανάγοντας τον τομέα αυτό σε κορυφαίο τομέα στη ζωή του ανθρώπου. Το 77% του δείγματος απάντησε ότι θεωρεί το επάγγελμα ¨πολύ¨ ή ¨απόλυτα¨ σημαντικό (ποσοστά 46,2% και 30,8% αντίστοιχα[63].

Ερώτηση12: Κοινωνικότητα του επαγγέλματος του δείγματός μας.

[62]Βλ.Παράρτημα

[63] Βλ.Παράρτημα

Πίνακας 24: Εικόνα της κοινωνικότητας του επαγγέλματος του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38)

IS YOUR WORK SOCIAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	2	3,1	3,1	3,1
	LIGO	1	1,5	1,5	4,6
	ARKETA	10	15,4	15,4	20,0
	POLY	24	36,9	36,9	56,9
	APOLYTA	28	43,1	43,1	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Θεωρήσαμε εξαρχής ότι το δείγμα μας θα έπρεπε να ανήκε σε κατηγορίες επαγγέλματος που θεωρούνται εξ' αντικειμένου κοινωνικά, γιατί με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζουμε ότι τα υποκείμενα θα δίνουν αξία στην κοινωνικότητα και στις απαιτήσεις της στο χώρο της εργασίας. Τα αποτελέσματα στη συγκεκριμένη ερώτηση φανερώνουν ότι όντως τα συγκεκριμένα επαγγέλματα είναι κοινωνικά και μάλιστα σε συντριπτικό βαθμό 80% ("πολύ" ποσοστό 36,9% και "απόλυτα" 43,1%).

Ερώτηση13: Φιλοδοξία δείγματος.

Πίνακας 24: Εικόνα της φιλοδοξίας του δείγματος. (N=65, male=27, female=38)

ARE YOU AMBITIOUS

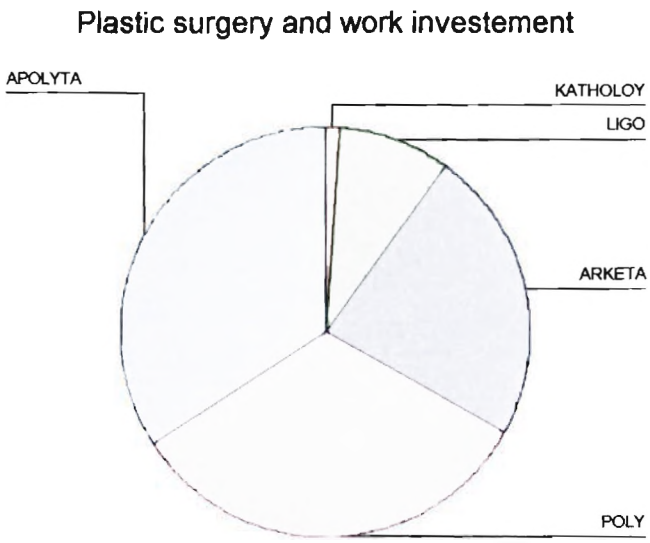
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LIGO	6	9,2	9,2	9,2
	ARKETA	24	36,9	36,9	46,2
	POLY	24	36,9	36,9	83,1
	APOLYTA	11	16,9	16,9	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Η ερώτηση αυτή περιλήφθηκε στο ερωτηματολόγιο γιατί θεωρήσαμε ότι ο βαθμός της φιλοδοξίας που χαρακτηρίζει το δείγμα μας θα ήταν καθοριστικός και ανάλογος με τη σημαντικότητα του επαγγέλματος, την επαγγελματική ανέλιξη και την κοινωνικότητα. Τα αποτελέσματα δείχνουν αρχικά ότι τα υποκείμενα μας είναι

σε ποσοστό 53,8% ¨αρκετά¨ και ¨πολύ¨φιλόδοξα, ενώ ένα 16,9% είναι ¨απόλυτα¨ φιλόδοξα[64].

Ερώτηση14: Πλαστική χειρουργική και επένδυση στην εργασία.

Διάγραμμα 7: Απεικόνιση της διάστασης πλαστική χειρουργική και επένδυση στην εργασία . (N=65, male=27, female=38)



Όπως είναι φανερό από το διάγραμμα η συντριπτική πλειοψηφία των υποκειμένων θεωρούν ότι μια πλαστική χειρουργική επέμβαση θα αποτελούσε επένδυση στον τομέα της εργασίας του (σημαντικό επίσης είναι το γεγονός ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό πιστεύει αυτό ¨απόλυτα¨. Κατι τέτοιο όπως υπαγορεύει η κοινωνική πείρα είναι αναμενόμενο γιατί μετά την επέμβαση θα βελτιώνονταν η αυτοπεποίθηση, η αυτο-εικόνα κ.λ.π.[65].

[64] Βλ.Παράρτημα
[65]Βλ.Παράρτημα

Ερώτηση15: Σχέση εξωτερικής εικόνας του ατόμου και του εργασιακού του χώρου.

Πίνακας 25: Εικόνα της σχέσης της εξωτερικής εικόνας του ατόμου και του εργασιακού του χώρου. (N=65, male=27, female=38)

SELF IMAGE AND WORK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	3	4,6	4,6	4,6
	LIGO	6	9,2	9,2	13,8
	ARKETA	22	33,8	33,8	47,7
	POLY	28	43,1	43,1	90,8
	APOLYTA	6	9,2	9,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Το 52,3% των υποκειμένων θεωρεί ότι η εξωτερική εικόνα των ατόμων διαδραματίζει "πολύ" ή "απόλυτα" σημαντικό ρόλο στην εργασία του. Ενώ ένα 33,8% πιστεύει αυτό "αρκετά". Φαίνεται λοιπόν ότι η αναπαράσταση που έχουν τα υποκείμενα μας για το συγκεκριμένο θέμα, να θέλει την άμεση εξάρτηση της εργασίας και από την εξωτερική εμφάνιση.

Ερώτηση16: Σχέση αντικειμενικής ασχήμιας και αποτυχίας στον επαγγελματικό τομέα.

Πίνακας 26: Εικόνα της σχέσης της αντικειμενικής ασχήμιας και αποτυχίας στον επαγγελματικό τομέα. (N=65, male=27, female=38)

UNGLINESS AND WORK FAILURE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	23	35,4	35,4	35,4
	LIGO	19	29,2	29,2	64,6
	ARKETA	18	27,7	27,7	92,3
	POLY	4	6,2	6,2	98,5
	APOLYTA	1	1,5	1,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ραβδόγραμμα 8: Απεικόνιση της σχέσης της αντικειμενικής ασχήμιας και αποτυχίας στον επαγγελματικό τομέα. (N=65, male=27, female=38)

Τόσο από τα στατιστικά στοιχεί του πίνακα όσο και από την απεικόνιση του ραβδογράμματος παρατηρούμε ότι η αναπαράσταση που έχουν τα υποκείμενα για το ερώτημα αυτό είναι, ότι η αντικειμενική ασχήμια ενός ατόμου θα επηρεάσει την αποτυχία στην δουλειά του κατά τρόπο όμως όχι ιδιαίτερα σημαντικό. Το δείγμα μας φαίνεται να μοιράζεται ποσοστιαία.

Ερώτηση17: Πλαστική Χειρουργική επέμβαση και ανέλιξη στο επάγγελμα.

Πίνακας 27: Εικόνα σχέσης πλαστικής χειρουργικής επέμβαση και ανέλιξη στο επάγγελμα. (N=65, male=27, female=38)

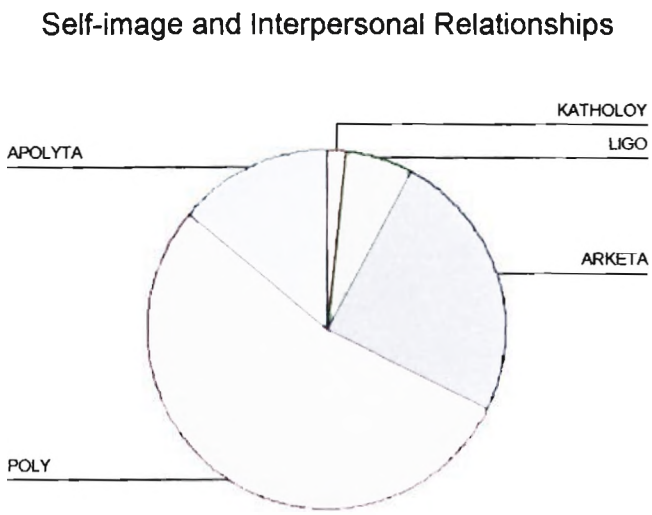
SURGERY AND WORK EVOLUTION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	9	13,8	13,8	13,8
	LIGO	18	27,7	27,7	41,5
	ARKETA	22	33,8	33,8	75,4
	POLY	11	16,9	16,9	92,3
	APOLYTA	5	7,7	7,7	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό πιστεύει ότι το να προχωρήσει κάποιος σε πια πλαστική χειρουργική επέμβαση μπορεί να επηρεάσει την επαγγελματική του ανέλιξη. Συγκεκριμένα το 33,8% απαντά "αρκετά" στο ερώτημα, το 16,9% "πολύ" και υπάρχει και ένα 7,7% που απαντά "απόλυτα".

Ερώτηση18: Σχέση εξωτερικής εικόνας και διαπροσωπικών σχέσεων.

Διάγραμμα 9: Απεικόνιση της σχέσης της εξωτερικής εικόνας και των διαπροσωπικών σχέσεων. (N=65, male=27, female=38)



Πίνακας 28: Εικόνα της σχέσης της εξωτερικής εικόνας και των διαπροσωπικών σχέσεων. (N=65, male=27, female=38)

SELF IMAGE AND INTERPERSONAL RELATIONS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	1	1,5	1,5	1,5
	LIGO	4	6,2	6,2	7,7
	ARKETA	16	24,6	24,6	32,3
	POLY	35	53,8	53,8	86,2
	APOLYTA	9	13,8	13,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Όπως είναι εμφανές πως το 67,4%, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό απαντά πως η εξωτερική εικόνα έχει άμεση σχέση με τις διαπροσωπικές σχέσεις κάθε ατόμου. Ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι και ένα 24,6% πιστεύει ότι η εξωτερική εικόνα

επηρεάζει τουλάχιστον "αρκετά" τις διαπροσωπικές σχέσεις των ατόμων. Οι απαντήσεις αυτές αναδεικνύουν για μια ακόμη φορά τον καθοριστικό ρόλο της εξωτερικής εμφάνισης στη ζωή μας.

Ερώτηση19: Μετα-χειρουργική αύξηση της αυτο-πεποίθησης.

Πίνακας 28: Εικόνα της μετα-χειρουργικής αύξησης της αυτο-πεποίθησης. (N=65, male=27, female=38)

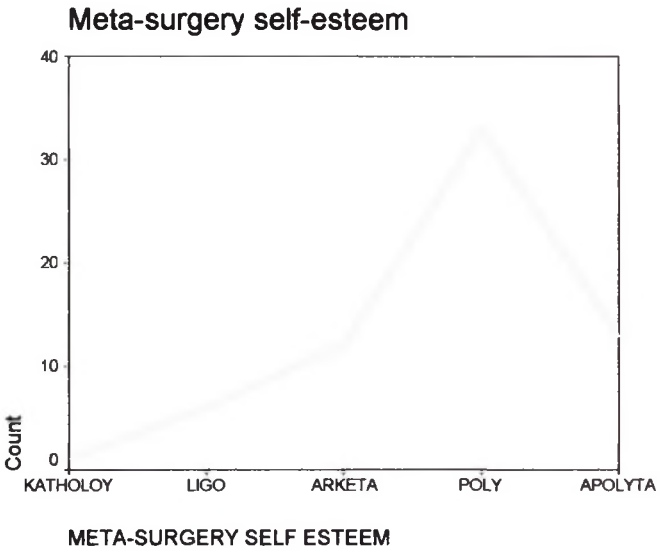
META-SURGERY SELF ESTEEM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	1	1,5	1,5	1,5
	LIGO	6	9,2	9,2	10,8
	ARKETA	12	18,5	18,5	29,2
	POLY	33	50,8	50,8	80,0
	APOLYTA	13	20,0	20,0	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ένα συντριπτικό ποσοστό 70,8% από τα υποκείμενά μας έχουν την αναπαράσταση ότι η αυτο-πεποίθηση ενός ατόμου μετα-χειρουργικά αυξάνεται από "πολύ" μέχρι "απόλυτα". Ενώ ένα ποσοστό 18,5% απαντά "αρκετά" στην ερώτηση. Κάτι τέτοιο βέβαια ήταν αναμενόμενο και λογικό[66].

[66]Βλ.Παράρτημα

Διάγραμμα 10: Απεικόνιση της μετα-χειρουργικής αύξησης της αυτοπεποίθησης. (N=65, male=27, female=38)



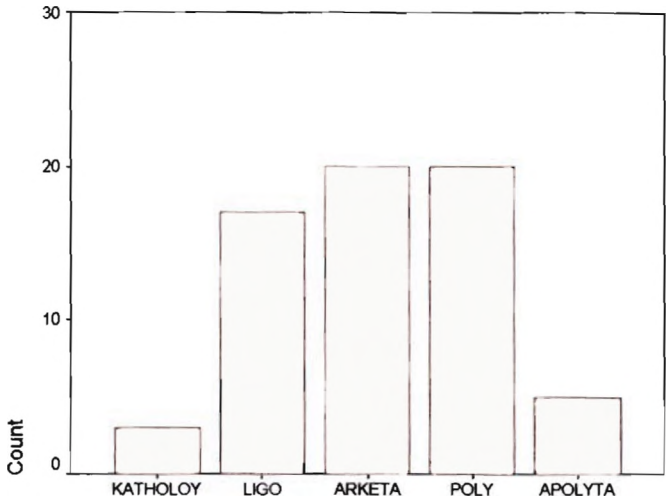
Ερώτηση20: Αλλαγή στη συμπεριφορά των συνεργατών στο εργασιακό περιβάλλον προς το άτομο που υποβλήθηκε σε πλαστική χειρουργική επέμβαση.

Πίνακας 28: Εικόνα της αλλαγής στη συμπεριφορά των συνεργατώνν στο εργασιακό περιβάλλον προς το άτομο που υποβλήθηκε σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38)

SURGERY AND CHANGE IN COWORKER BEHAVIOR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	3	4,6	4,6	4,6
	LIGO	17	26,2	26,2	30,8
	ARKETA	20	30,8	30,8	61,5
	POLY	20	30,8	30,8	92,3
	APOLYTA	5	7,7	7,7	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ραβδόγραμμα 11: Απεικόνιση της αλλαγής στη συμπεριφορά των συνεργατώνν στο εργασιακό περιβάλλον προς το άτομο που υποβλήθηκε σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38)



SURGERY AND CHANGE IN COWORKER BEHAVIOR

Τα υποκείμενα διαθέτουν την εξής αναπαράσταση στο συγκεκριμένο θέμα, ότι η συμπεριφορά των συνεργατών και εν γένει των εμπλεκομένων στο εργασιακό περιβάλλον αλλάζει καθοριστικά θετικά απέναντι στο άτομο που προχώρησε σε πλαστική χειρουργική επέμβαση, βελτιώνοντας την εξωτερική του εμφάνιση.

Ερώτηση21: Ενδιαφέρον για τη γνώμη των άλλων.

Πίνακας 29: Εικόνα του ενδιαφέροντος κάποιου για τη γνώμη των άλλων. (N=65, male=27, female=38)

INTEREST OF OTHERS' OPINION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	6	9,2	9,2	9,2
	LIGO	4	6,2	6,2	15,4
	ARKETA	25	38,5	38,5	53,8
	POLY	23	35,4	35,4	89,2
	APOLYTA	7	10,8	10,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Το δείγμα μας φαίνεται να το απασχολεί καθοριστικά η γνώμη των άλλων. Σε ποσοστό 38,5% "αρκετά", "πολύ" απαντά το 35,4%, ενώ υπάρχει και ένα καθόλου

ευκαταφρόνητο ποσοστό 10,8% που απαντά "απόλυτα". Απαντήσεις εξαιρετικά αναμενόμενες αν υποθέσει κανείς την κοινωνικότητά μας και την επιβίωσή μας ως μέρος του συνόλου και όχι εκτός αυτού[67].

Ερώτηση22: Μετα-χειρουργικό "ανέβασμα" της ψυχολογίας.

Πίνακας 30: Εικόνα του μετα-χειρουργικού "ανεβάσματος" της ψυχολογίας. (N=65, male=27, female=38)

SURGERY AND POSITIVE SELF PSYCHOLOGY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ARKETA	17	26,2	26,2	26,2
	POLY	37	56,9	56,9	83,1
	APOLYTA	11	16,9	16,9	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Αξίζει να σημειωθεί ότι κανένα από τα υποκείμενά μας δεν έδωσε απαντήσεις που ανήκουν στην κατηγορία "καθόλου"και "λίγο". Μόνο το 26,2% απάντησε "αρκετά" στην ερώτηση, το 56,9% απάντησε "πολύ" και ένα 16,9% απάντησε "απόλυτα". Για μία φορά ακόμη παρατηρούμε μέσα από τις απαντήσεις του δείγματος την ξεκάθαρη σχέση μεταξύ θετικής εξωτερικής εικόνας και καλής ψυχολογίας του ατόμου.

Ερώτηση23: Μετα-χειρουργική βελτίωση της αυτο-εικόνας.

[67] Βλ.Παράρτημα

Πίνακας 30: Εικόνα της μετα-χειρουργικής βελτίωσης της αυτο-εικόνας. (N=65, male=27, female=38)

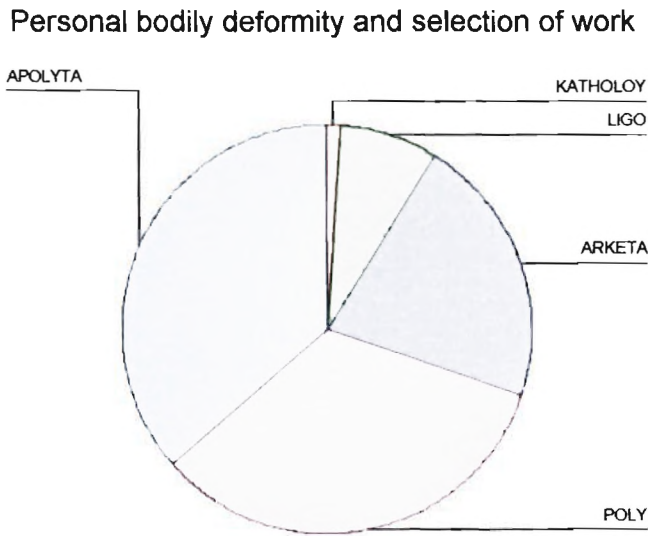
META-SURGERY SELF IMAGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	3	4,6	4,6	4,6
	LIGO	5	7,7	7,7	12,3
	ARKETA	14	21,5	21,5	33,8
	POLY	35	53,8	53,8	87,7
	APOLYTA	8	12,3	12,3	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Όπως παρατηρούμε από τα αποτελέσματα στη συγκεκριμένη ερώτηση τα υποκείμενά μας έχουν την εξής αναπαράσταση, θεωρούν σε ποσοστό 53,8% ότι η αυτο-εικόνα βελτιώνεται "πολύ", σε ένα ποσοστό 12,3% η απάντηση είναι "απόλυτα", ένω ένα ποσοστό 21,5% απαντά "αρκετά". Το γεγονός ότι το 66,1% θεωρεί ότι η βελτίωση της αυτο-εικόνας είναι σημαντική μετα-χειρουργικά, ήταν κάτι αναμενόμενο αν λάβει κανείς υπόψιν του τη σχέση μεταξύ εξωτερικής εμφάνισης και καλής ψυχολογίας του ατόμου[68].

Ερώτηση24: Σχέση μεταξύ σωματικών δυσμορφιών και επιλογή επαγγέλματος.

\Διάγραμμα 12: Απεικόνιση της σχέσης μεταξύ σωματικών δυσμορφιών και επιλογής επαγγέλματος. (N=65, male=27, female=38)



[68] Βλ.Παράρτημα

Είναι σαφές, από την απεικόνιση των δεδομένων μας στο διάγραμμα, το γεγονός ότι τα υποκείμενα θεωρούν ότι ενδεχόμενες σωματικές δυσμορφίες επηρεάζουν τις αποφάσεις των ατόμων σχετικά με την επιλογή του επαγγέλματός τους. Η άποψη αυτή φαίνεται να είναι λογική, δεδομένου ότι η κοινή πείρα μας διδάσκει τον καθοριστικό ρόλο που παίζει η εξωτερική μας εικόνα στις σχέσεις μας με τους άλλους και κατ' επέκταση και στο επάγγελμα. Κάτι τέτοιο είναι εμφανές από τα πρώιμα χρόνια του ατόμου (σχολείο, κ.λ.π. όλοι έχουμε στις αναμνήσεις σκληρές συμπεριφορές παιδιών απέναντι σε παιδιά τα οποία χαρακτηρίζονταν από κάποιου είδους σωματική δυσμορφία)[69].

Ερώτηση25: Μετα-χειρουργική βελτίωση της αυτο-πεποίθησης .

Πίνακας 31: Εικόνα της μετα-χειρουργικής βελτίωσης της αυτο-πεποίθησης. (N=65, male=27, female=38)

META-SURGERY SELF CONFIDENCE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	1	1,5	1,5	1,5
	LIGO	1	1,5	1,5	3,1
	ARKETA	15	23,1	23,1	26,2
	POLY	39	60,0	60,0	86,2
	APOLYTA	9	13,8	13,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Όπως ήταν αναμενόμενο και σε αυτή την ερώτηση, η αναπαράσταση που έχει το δείγμα μας είναι ξεκάθαρη. Ένα ποσοστό 60,0% θεωρεί ότι η αυτοπεποίθηση ενός ατόμου μετά την υποβολή του σε πλαστική χειρουργική επέμβαση βελτιώνεται "πολύ", ένα ποσοστό 13,8% πιστεύει ότι βελτιώνεται "απόλυτα", ενώ αξίζει να σημειώθει και ένα ποσοστό 23,1% του δείγματός μας το οποίο θεωρεί ότι η αυτό-πεποίθηση θα βελτιωθεί "αρκετά" μετα-χειρουργικά. Για μια ακόμη φορά τα υποκείμενο καταστούν σαφές το γεγονός ότι συνδέουν σχεδόν με απόλυτο τρόπο την αυτο-πεποίθηση με την καλή εξωτερική εμφάνιση[70].

[69] Βλ.Παράρτημα
[70] Βλ.Παράρτημα

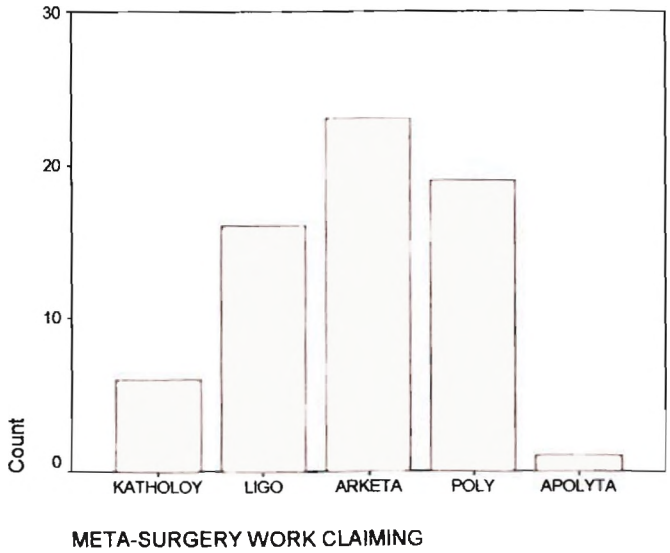
Ερώτηση26: Μετα-χειρουργική διεκδικητικότητα στο εργασιακό περιβάλλον.

Πίνακας 31: Εικόνα της μετα-χειρουργικής διεκδικητικότητας στο εργασιακό περιβάλλον. (N=65, male=27, female=38)

META-SURGERY WORK CLAIMING

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	6	9,2	9,2	9,2
	LIGO	16	24,6	24,6	33,8
	ARKETA	23	35,4	35,4	69,2
	POLY	19	29,2	29,2	98,5
	APOLYTA	1	1,5	1,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ραβδόγραμμα 13: Απεικόνιση της μετα-χειρουργικής διεκδικητικότητας στο εργασιακό περιβάλλον. (N=65, male=27, female=38).



Τόσο από το στατιστικό πίνακα, όσο και από το ραβδόγραμμα γίνεται ευδιάκριτο το γεγονός ότι τα υποκείμενά μας σχετικά με την αναπαράσταση που αφορά στο συγκεκριμένο ερώτημα πιστεύουν ότι σε ποσοστό 29,2% "πολύ", μόλις το 1,5% "απόλυτα" , ενώ το 35,4% πιστεύει ότι τα άτομα γίνονται "αρκετά" διεκδικητικά στο εργασιακό τους περιβάλλον μετά την πλαστική χειρουργική επέμβαση που υποβλήθηκαν[71].

[71] Βλ.Παράρτημα

Ερώτηση27: Μετα-χειρουργική ισχύς / δραστικότητα.

Πίνακας 32: Εικόνα της μετα-χειρουργικής ισχύος / δραστικότητας. (N=65, male=27, female=38).

META-SURGERY AND SELF POWER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	3	4,6	4,6	4,6
	LIGO	9	13,8	13,8	18,5
	ARKETA	28	43,1	43,1	61,5
	POLY	21	32,3	32,3	93,8
	APOLYTA	4	6,2	6,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Το 43,1% του δείγματός μας έχει την αναπαράσταση ότι η κοινωνική δραστικότητα / ισχύς κάποιου αυξάνεται μετά την υποβολή του σε πλαστική χειρουργική επέμβαση, το 32,3% πιστεύει αυτό "πολύ", ενώ υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 6,2% που θεωρεί ότι αυτό συμβαίνει "απόλυτα". Διακρίνουμε, λοιπόν, από τα παραπάνω ότι υπάρχει σημαντική σχέση της βελτίωσης της εξωτερικής εμφάνισης και της κοινωνικής δραστικότητας / ισχύος[72].

Ερώτηση28: Μετα-χειρουργική αύξηση της παραγωγικότητας.

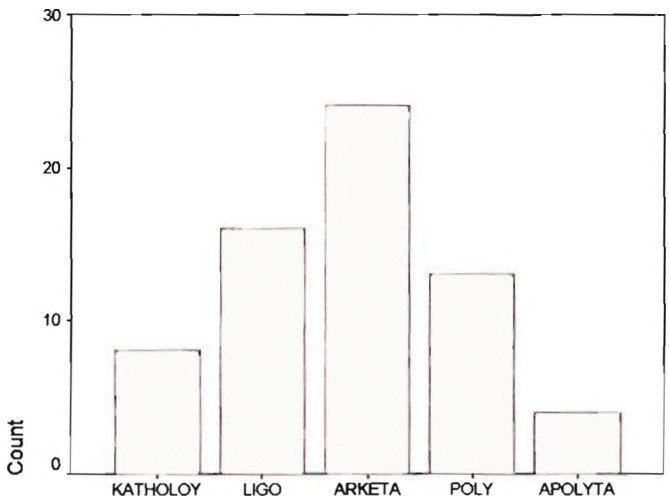
Πίνακας 33: Εικόνα της μετα-χειρουργικής αύξησης της παραγωγικότητας. (N=65, male=27, female=38).

META-SURGERY AND PRODUCTIVITY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	8	12,3	12,3	12,3
	LIGO	16	24,6	24,6	36,9
	ARKETA	24	36,9	36,9	73,8
	POLY	13	20,0	20,0	93,8
	APOLYTA	4	6,2	6,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

[72] Βλ.Παράρτημα

Ραβδόγραμμα 14: Απεικόνιση της μετα-χειρουργικής αύξησης της παραγωγικότητας. (N=65, male=27, female=38).



META-SURGERY AND PRODUCTIVITY

Παρατηρώντας κανείς τα δεδομένα σημειώνει ένα ποσοστό 12,3% να πιστεύει ότι η παραγωγικότητα δεν αυξάνεται "καθόλου" μετά την πλαστική χειρουργική επέμβαση, το 24,6% απαντά "λίγο", το 36,9% απαντά "αρκετά", ένα ποσοστό 20,0% πιστεύει ότι η παραγωγικότητα αυξάνεται "πολύ", ενώ υπάρχει και ένα ποσοστό 6,2% το οποίο θεωρεί ότι η βελτίωση της εξωτερικής εμφάνισης θα αυξήσει την παραγωγικότητα "απόλυτα". Αυτά τα ποσοστά μας επιτρέπουν να συμπεράνουμε ότι υπάρχει μια αρκετά σημαντική συσχέτιση της παραγωγικότητας με τη βελτίωσης της εξωτερικής εμφάνισης στις αναπαραστάσεις του δείγματός μας.

Ερώτηση29: Δεύτερη πλαστική χειρουργική επέμβαση.

Πίνακας 34: Εικόνα και δεύτερης πλαστική χειρουργικής επέμβασης. (N=65, male=27, female=38).

SECOND SURGERY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO	10	15,4	15,4	15,4
	YES	55	84,6	84,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Όπως ήταν αναμενόμενο ένα πολύ μεγάλο ποσοστό του δείγματός μας 84,6% απάντησε ότι κάποιος που έχει κάνει ήδη μια πρώτη πλαστική χειρουργική επέμβαση θα προχωρούσε και σε δεύτερη. Αυτό είναι λογικό δεδομένου ότι βλέποντας τα θετικά αποτελέσματα μιας πλαστικής επέμβασης κάποιος και ξεπερνώντας τους φόβους του θα προχωρήσει και σε δεύτερη χειρουργική επέμβαση ευκολότερα για να διορθώσει τυχόν και άλλη σωματική δυσμορφία που διαθέτει[73].

Ερώτηση 30: Πηγές χρηματοδότησης για τις πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις.

Πίνακας 34: Είκονα των πηγών χρηματοδότησης για τις πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις. (N=65, male=27, female=38).

MONEY SOURCE OF PLASTIC SURGERY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SAVINGS	50	76,9	76,9	76,9
	BORROWING	15	23,1	23,1	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Οι αναπαραστάσεις του δείγματος μας για τις πηγές χρηματοδότησης των πλαστικών χειρουργικών επεμβάσεων των ατόμων που υποβάλλονται σε αυτές αφορούν σε ποσοστό 76,9% σε αποταμίευση και σε ποσοστό 23,1% σε δανεισμό. Η εικασία μας ότι τα ποσοστά θα αφορούσαν σε αυτές τις δύο κατηγορίες αποδείχθηκε σωστή,γιατί αν και είχαμε δόσει τη δυνατότητα στα υποκείμενα να προσθέσουν και άλλη κατηγορία (άλλο __ ποίο__) δεν απάντησαν άλλα περιορίστηκαν στις προτεινόμενες κατηγορίες (αποταμίευση και δανεισμό)[74].

[73] Βλ.Παράρτημα
[74] Βλ.Παράρτημα

Στη συνέχεια και μετά τα περιγραφικά στατιστικά της κάθε ερώτησης θα προβούμε σε μερικές συσχετίσεις και παρατηρήσεις που προέκυψαν από την στατιστική επεξεργασία του ερωτηματολογίου.

Α) Συσχέτιση μεταξύ των ερωτήσεων που αφορούν στον προεγχειρητικό φόβο (Ερ. 5) και της ενημέρωσης από τον πλαστικό χειρουργό για τους κινδύνους της επέμβασης (Ερ. 6).

Correlations

Πίνακας 34: Εικόνα των **Correlations Ερ.5 και Ερ.6,** (N=65, male=27, female=38).

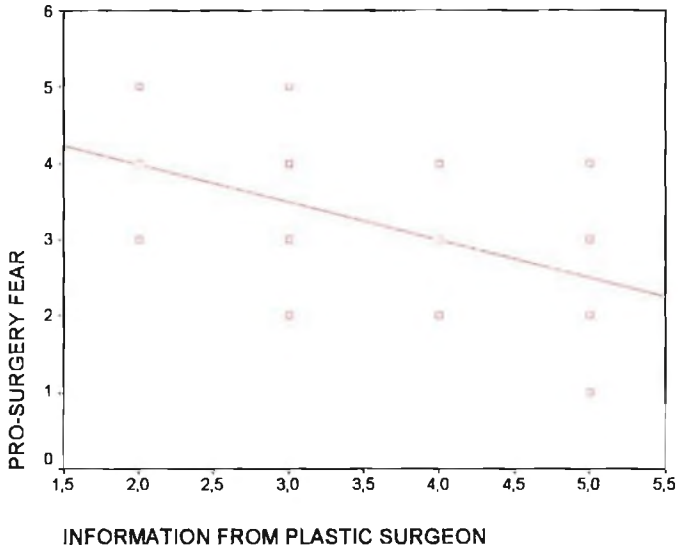
Correlations

		PRO-SURGERY FEAR	INFORMATION FROM PLASTIC SURGEON
PRO-SURGERY FEAR	Pearson Correlation	1,000	-,500**
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	65	65
INFORMATION FROM PLASTIC SURGEON	Pearson Correlation	-,500**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	65	65

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι παρατηρείται μια στατιστικά σημαντική αρνητική συσχέτιση μεταξύ του προ-εγχειρητικού φόβου και της ενημέρωσης από τον πλαστικό χειρουργό για τους κινδύνους της επέμβασης. Φαίνεται λοιπόν ότι τα υποκείμενά μας έχουν την αναπαράσταση ότι τα άτομα που πρόκειται να υποβληθούν σε πλαστική χειρουργική επέμβαση διακρίνονται από προ-εγχειρητικό φόβο, ταυτόχρονα όμως πιστεύουν και ότι η ενημέρωση την οποία κάνει ο πλαστικός χειρουργός για τους ενδεχόμενους κινδύνους της επέμβασης είναι περιορισμένη. Το γεγονός ότι παρ' όλα αυτά προχωρούν σε πλαστική χειρουργική επέμβαση ίσως τελικά δηλώνει πόσο πραγματικά επιθυμούν την επέμβαση.

Γράφημα 15:Απεικόνιση των **Correlations Ερ.5 και Ερ.6,** (N=65, male=27, female=38).



Β) Σύγκριση Ερ.14 (πλαστική χειρουργική επέμβαση και επαγγελματική ανέλιξη) και φύλου, (N=65, male=27, female=38).

T-Test

Πίνακας 35: t-test Ερ.14 και φύλου.(Statistics), (N=65, male=27, female=38).

Group Statistics

	SEX OF RESPONDENTS	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SURGERY AND WORK INVESTMENT	MALE	27	3,04	,90	,17
	FEMALE	38	3,11	,92	,15

Πίνακας 36: t-test Ερ.14 και φύλου, (N=65, male=27, female=38).

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
SURGERY AND WORK INVESTMENT	Equal variances assumed	,242	,625	-,297	63	,768	-6,82E-02	,23	-,53	,39
	Equal variances not assumed			-,298	57,115	,767	-6,82E-02	,23	-,53	,39

Είναι σαφές το γεγονός ότι μπορούμε να παρατηρήσουμε στον πίνακα πως ο μέσος όρος των τιμών των γυναικών (M=3,11, SD= ,92) δεν είναι στατιστικά σημαντικά υψηλότερος (t = -,297, df =63, 2-tailed p= ,768) από αυτό των ανδρών (M= 3,04, SD= ,90). Με αυτά τα δεδομένα γίνεται αντιληπτό ότι δεν υπάρχουν διαφορές στις αναπαραστάσεις ανδρών και γυναικών σε σχέση με τη χρήση της πλαστικής χειρουργικής στην ανέλιξη στο εργασιακό περιβάλλον.

Γ) Συντελεστής συσχέτισης Pearson r για τις Ερ.15,16,17,18 που αντιστοιχούν στις εξαρτημένες μεταβλητές α) αυτο-εικόνα και επάγγελμα, β) ασχήμια και επαγγελματική αποτυχία, γ) πλαστική χειρουργική και επαγγελματική ανέλιξη, δ) αυτο-εικόνα και διαπροσωπικές σχέσεις, αντίστοιχα.

Πίνακας 37: Pearson r στις εξαρτημένες μεταβλητές α) αυτο-εικόνα και επάγγελμα, β) ασχήμια και επαγγελματική αποτυχία, γ) πλαστική χειρουργική και επαγγελματική ανέλιξη, δ) αυτο-εικόνα και διαπροσωπικές σχέσεις, αντίστοιχα, (N=65, male=27, female=38).

Correlations

		SELF IMAGE AND WORK	UNGLINESS AND WORK FAILURE	SURGERY AND WORK EVOLUTION	SELF IMAGE AND INTERPERSONAL RELATIONS
SELF IMAGE AND WORK	Pearson Correlation	1,000	,608**	,545**	,367**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,003
	N	65	65	65	65
UNGLINESS AND WORK FAILURE	Pearson Correlation	,608**	1,000	,389**	,289*
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,001	,020
	N	65	65	65	65
SURGERY AND WORK EVOLUTION	Pearson Correlation	,545**	,389**	1,000	,278*
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	.	,025
	N	65	65	65	65
SELF IMAGE AND INTERPERSONAL RELATIONS	Pearson Correlation	,367**	,289*	,278*	1,000
	Sig. (2-tailed)	,003	,020	,025	.
	N	65	65	65	65

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

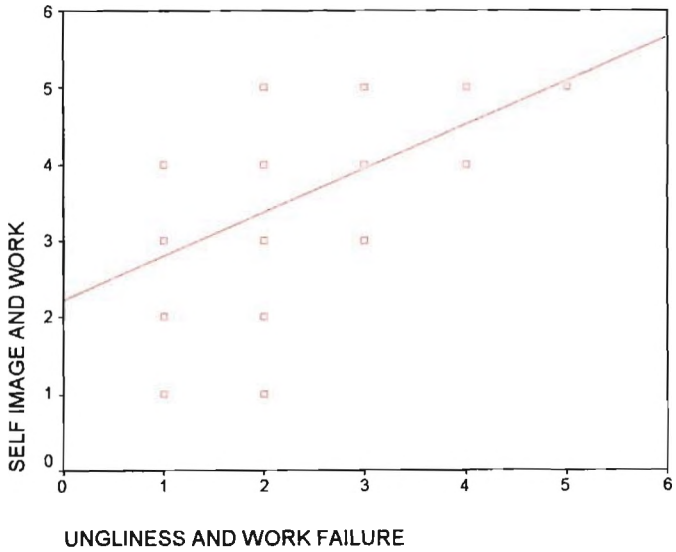
Από τα αποτελέσματα αυτά παρατηρούμε ιδιαίτερα στατιστικώς σημαντικά επίπεδα συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Αναλυτικά : α) Υπάρχει μια πολύ σημαντική σχέση μεταξύ αυτό-εικόνας και επαγγέλματος και ασχήμιας και επαγγελματικής αποτυχίας (r = ,608, df = 63, p <0.001), **β)** υπάρχει μια πολύ σημαντική σχέση μεταξύ αυτό-εικόνας και επαγγέλματος και πλαστικής χειρουργικής και επαγγελματικής ανέλιξης (r = ,545, df =63,p<0.001 , **γ)** υπάρχει μια σημαντική σχέση μεταξύ αυτό-εικόνας και αυτό-εικόνας και διαπροσωπικών σχέσεων (r = ,367, df=63, p<0.001), **δ)** υπάρχει μια σημαντική σχέση μεταξύ ασχήμιας και επαγγελματικής αποτυχίας και πλαστικής χειρουργικής επέμβασης και επαγγελματικής ανέλιξης (r = ,389, df=63, p<0.001), **ε)** υπάρχει μια σημαντική σχέση μεταξύ ασχήμιας και επαγγελματικής αποτυχίας και

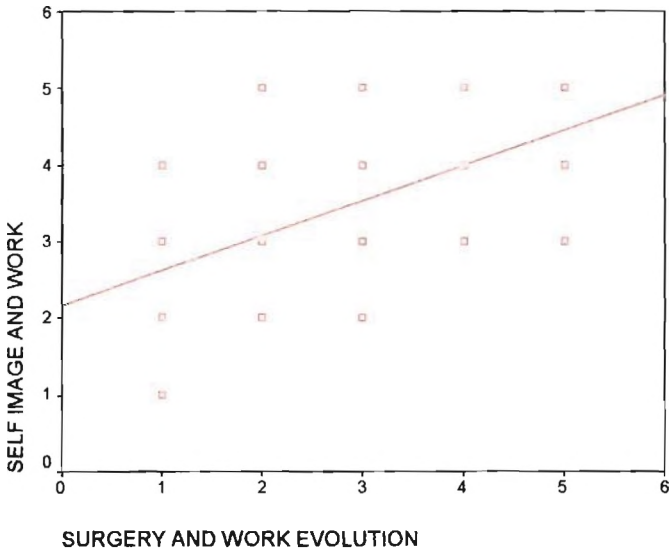
αυτο-εικόνας και διαπροσωπικών σχέσεων (r = ,289, df=63, p<0.005), **στ)** υπάρχει μια σημαντική σχέση μεταξύ πλαστικής χειρουργικής επέμβασης και αυτο-εικόνας και διαπροσωπικών σχέσεων (r = ,278, df=63, p<0.005).

Ακολουθούν τα γραφήματα όλων των συνδυασμών των συσχετίσεων των μεταβλητών.

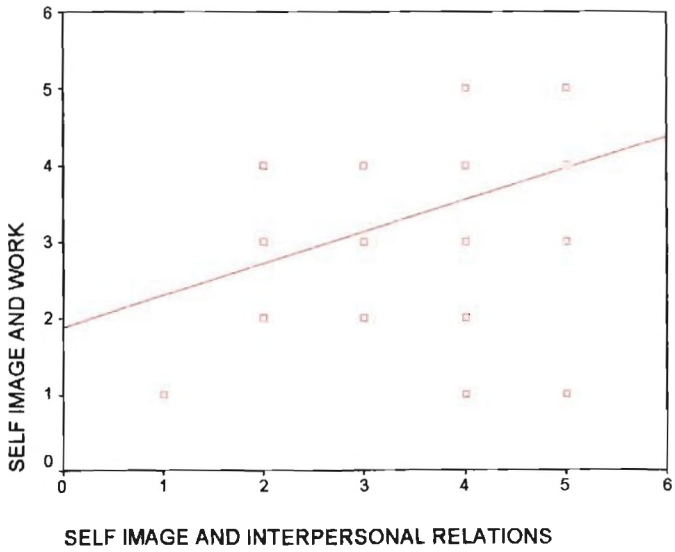
Γράφημα 16: Απλό γράφημα διασποράς μεταξύ αυτο-εικόνας και επαγγέλματος και ασχήμιας και επαγγελματικής αποτυχίας, (N=65, male=27, female=38).



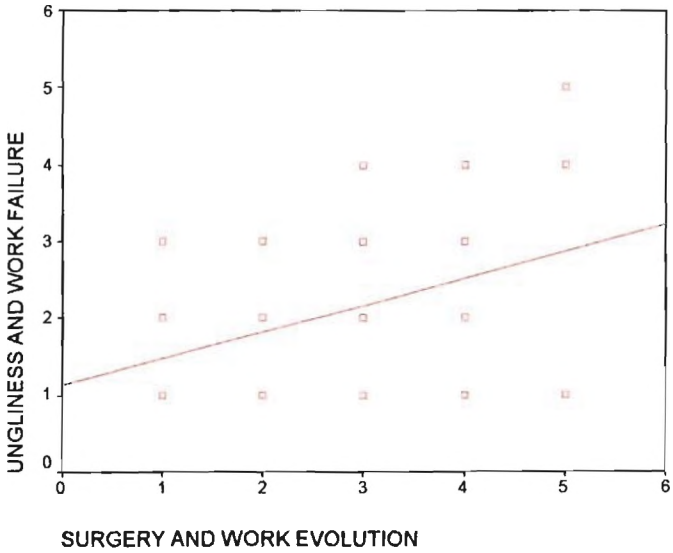
Γράφημα 17: Απλό γράφημα διασποράς μεταξύ αυτο-εικόνας και επαγγέλματος και πλαστικής χειρουργικής επέμβασης και επαγγελματικής ανέλιξης, (N=65, male=27, female=38).



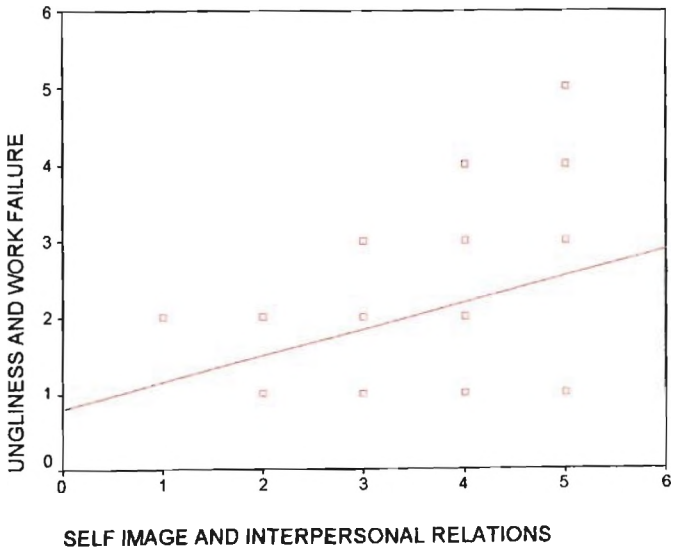
Γράφημα 18: Απλό γράφημα διασποράς μεταξύ αυτο-εικόνας και επαγγέλματος και αυτό-εικόνας και διαπροσωπικών σχέσεων, (N=65, male=27, female=38).



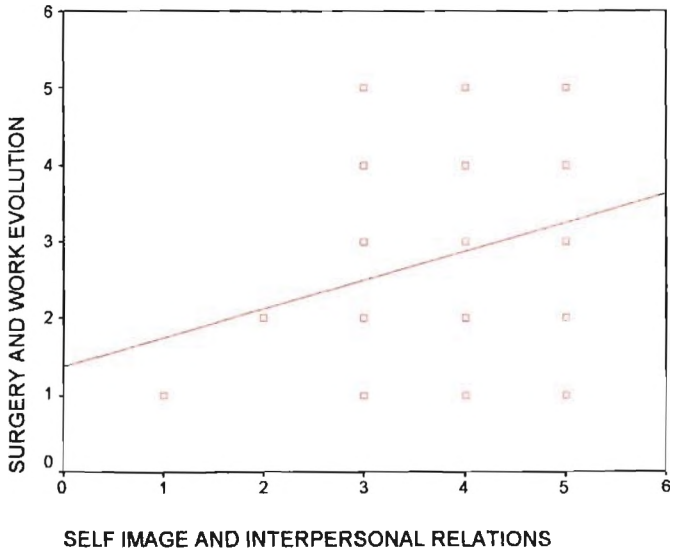
Γράφημα 19: Απλό γράφημα διασποράς μεταξύ ασχήμιας και επαγγελματικής αποτυχίας και πλαστικής χειρουργικής επέμβασης και επαγγελματικής ανέλιξης, (N=65, male=27, female=38).



Γράφημα 20: Απλό γράφημα διασποράς μεταξύ ασχήμιας και επαγγελματικής αποτυχίας και αυτό-εικόνας και διαπροσωπικών σχέσεων, (N=65, male=27, female=38).



Γράφημα 21: Απλό γράφημα διασποράς μεταξύ πλαστικής χειρουργικής επέμβασης και αυτο-εικόνας και διαπροσωπικών σχέσεων, (N=65, male=27, female=38).



Δ) Συντελεστής συσχέτισης Pearson r των ερωτήσεων 23 και 25 που αντιστοιχούν στις εξαρτημένες μεταβλητές μετα-χειρουργική αυτο-εικόνα και μετα-χειρουργική αυτο-πεποίθηση αντίστοιχα.

Πίνακας 38: Pearson r στις εξαρτημένες μεταβλητές α) μετα-χειρουργική αυτο-εικόνα και β) μετα-χειρουργική αυτο-πεποίθηση, (N=65, male=27, female=38).

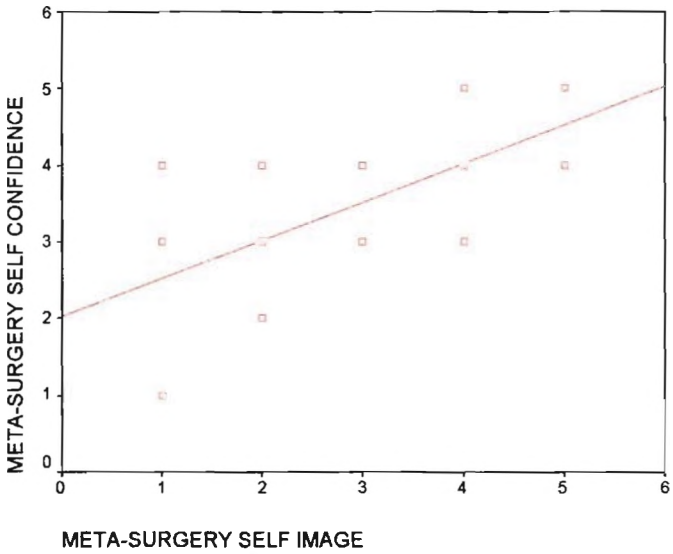
Correlations

		META-SURGERY SELF IMAGE	META-SURGERY SELF CONFIDENCE
META-SURGERY SELF IMAGE	Pearson Correlation	1,000	,652**
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	65	65
META-SURGERY SELF CONFIDENCE	Pearson Correlation	,652**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	65	65

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Από τη στατιστική ανάλυση προκύπτει ότι υπάρχει μια πολύ σημαντική σχέση μεταξύ της μετα-εγχειρητικής αυτό-εικόνας και της μετα-εγχειρητικής αυτό-πεποίθησης (r = ,658, df = 63, p <0.001). Τα δεδομένα αυτά υπαγορεύουν ότι όσο αυξάνεται η αυτο-εικόνα μετα-εγχειρητικά τόσο αυξάνεται και η αυτο-πεποίθηση. Δηλαδή έχουμε μια πολύ μεγάλη θετική συνάφεια μεταξύ των δύο αυτών μεταβλητών.

Γράφημα 22: Απλό γράφημα διασποράς μεταξύ μετα-χειρουργικής αυτο-πεποίθησης και μετα-χειρουργικής αυτο-εικόνας., (N=65, male=27, female=38).



Όπως είναι εμφανές και από το γράφημα παρατηρείται ευδιάκριτα η θετική συνάφειας μεταξύ των δύο αυτών μεταβλητών (μετα-χειρουργική αυτο-πεποίθηση και μετα-χειρουργική αυτο-εικόνα).

Ε) Σύγκριση των μέσων όρων δημοσίων και ιδιωτικών υπαλλήλων σε σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή πλαστική χειρουργική και επένδυση στην εργασία.

Πίνακας 39: Στατιστικά στοιχεία των μέσων όρων των δημοσίων υπαλλήλων της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδας και των ιδιωτικών υπαλλήλων της Citibank, (N=41, male=16, female= 25).

Group Statistics

	TYPE OF WORK OF RESPONDENTS	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SURGERY AND WORK INVESTMENT	PUBLIC EMPL. NATIONAL BANK	21	2,86	,85	,19
	PRIVATE EMPL. CITYBANK	20	2,80	,83	,19

Από τον πίνακα φαίνεται ότι μπορούμε να κάνουμε τη σύγκριση των μέσων όρων γιατί ο αριθμός του δείγματος είναι σχεδόν ο ίδιος 21 και 20 άτομα αντίστοιχα στην κάθε τράπεζα..

Πίνακας 39:Σύγκριση μεταξύ ιδιωτικών και δημοσίων υπαλλήλων σε σχέση με την ερώτηση 14 (πλαστική χειρουργική και επένδυση στην εργασία), (N=41, male=16, female= 25).

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
SURGERY AND WORK INVESTMENT	Equal variances assumed	,002	,966	,217	39	,830	5,71E-02	,26	-,48	,59
	Equal variances not assumed			,217	38,973	,829	5,71E-02	,26	-,48	,59

Τα στατιστικά στοιχεία μας δείχνουν ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά στις αναπαραστάσεις μεταξύ ιδιωτικών και δημοσιών υπαλλήλων σε σχέση με την ερώτηση πλαστική χειρουργική και επένδυση στην εργασία.

ΑΠΟΔΟΧΗ-ΑΠΟΡΡΙΨΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Μετά τις στατιστικές αναλύσεις που προηγήθηκαν είμαστε σε θέση να προχωρήσουμε στην αποδοχή ή την απόρριψη των υποθέσεών μας.

Όσον αφορά στην **πρώτη υπόθεσή** μας, στο αν δηλαδή το φύλο επηρεάζει τις αναπαραστάσεις για την πλαστική χειρουργική σε σχέση με αυτής στην επένδυση στην εργασία (επάγγελμα), οι στατιστικές μας αναλύσεις[75] έδειξαν ότι δεν παρουσιάζονται διαφορές στις αναπαραστάσεις μεταξύ των δύο φύλων για την συγκεκριμένη ερώτηση. Το γεγονός αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πρέπει να δεχθούμε την μηδενική υπόθεση (Υ0) και να απορρίψουμε την εναλλακτική υπόθεση (ΥΕ)[76]. Είναι άξιο λόγου το γεγονός ότι περιμέναμε τις γυναίκες να είναι πιο φιλάρεσκες και άτομα που δίνουν μεγαλύτερη έμφαση και σημασία στην εξωτερική εικόνα, τα αποτελέσματα όμως διαψεύδουν την κοινή πείρα που υπαγόρευε κάτι τέτοιο, παρουσιάζοντας τους άνδρες ως άτομα που τους απασχολεί το ίδιο η εξωτερική εμφάνιση και η σχέση αυτής με το επάγγελμα.

Η **δεύτερη υπόθεση** μας αφορά στο αν η θετική εξωτερική εμφάνιση επηρεάζει το επάγγελμα και την επαγγελματική ανέλιξη. Μετά την επεξεργασία των στατιστικών ελέγχων[77] καταληγούμε στο συμπέρασμα ότι πρέπει να δεχθούμε την εναλλακτική υπόθεση 1 (ΕΥ1), δηλαδή ότι η θετική εξωτερική εμφάνιση επηρεάζει το επάγγελμα και την επαγγελματική ανέλιξη και μάλιστα θετικά, ενώ απορρίποπτουμε την μηδενική υπόθεση (Υ0)[78] και την εναλλακτική υπόθεση 2 (ΕΥ2)[79]. Το αποτέλεσμα των στατιστικών ελέγχων φαινόταν αναμενόμενα, δεδομένου ότι η εξωτερική εικόνα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις διαπροσωπικές μας σχέσεις και το επάγγελμα δεν πάυει να είναι ένα τεράστιο κομμάτι των διαπροσωπικών σχέσεων του ατόμου.

Όσον αφορά στην **τρίτη υπόθεσή** μας που αναφέρεται στο ότι τα άτομα συνδέουν την αυξημένη αυτό-πεποίθηση με τη θετική εξωτερική εικόνα του ατόμου, από τις στατιστικές αναλύσεις[80] προκύπτει ότι όντως τα άτομα έχουν ως αναπαράσταση στο συγκεκριμένο θέμα τη συσχέτιση της αυξημένης αυτο-

[75] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 83
[76] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 37
[77] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 84
[78] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 37
[79] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 37
[80] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 89

πεποίθησης με τη θετική εξωτερική εικόνα. Γι' αυτό το λόγο θα δεχθούμε την εναλλακτική υπόθεση (Y1)[81] και θα απορρίψουμε τη μηδενική υπόθεση (Y0)[82]. Η κοινή πείρα μας διδάσκει ότι άτομα που διαθέτουν θετική εξωτερική εικόνα του ατόμου συνδέεται με αυξημένη αυτο-πεποίθηση του ατόμου. Κάτι ανάλογο περιμέναμε να συμβαίνει και μετά από μια πλαστική χειρουργική επέμβαση με σκοπό τη βελτίωση της εξωτερικής εικόνας ενός ατόμου να βελτιώνεται αναλογικά και η αυτο-πεποίθησή του, γεγονός που επαληθεύθηκε.

Τέλος, προβαίνοντας στους στατιστικούς ελέγχους[83] για την **τέταρτη υπόθεση,** που πραγματεύεται την πιθανή διαφορά των αναπαραστάσεων που έχουν δημόσιοι και ιδιωτικοί υπάλληλοι για το θέμα της πλαστικής χειρουργικής και της επένδυσής της στην εργασία (επάγγελμα), προέκυψε ότι δεν υπάρχουν διαφορές στις αναπαραστάσεις μεταξύ των δύο αυτών ομάδων. Για το λόγο αυτό δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση (Y0)[84] και θα απορρίψουμε την εναλλακτική υπόθεση (YE)[85]. Έχοντας υπόψιν μας τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν τους δημοσίους υπαλλήλους (μονιμότητα, σιγουριά, εφησυχασμός κ.λ.π.) αναμέναμε οι απαντήσεις τους να διαφοροποιούνται σε σχέση με εκείνες των ιδιωτικών υπαλλήλων, γεγονός όμως που διαψεύσθηκε. Θα έλεγε κανείς ότι αυτό ακριβώς είναι ένα δείγμα της διαφοροποίησης του όλου "σκηνικού" της κοινωνίας μας όσον αφορά στα εργασιακά θέματα. Η άποψη ορισμένων που υποστηρίζουν ότι ο Δημόσιος Τομέας θα έπρεπε να λειτουργεί με ιδιωτικο-οικονομικά κριτήρια για να γίνει πιο παραγωγικός, φαίνεται ότι αρχίζει να παίρνει σάρκα και οστά!!!

[81] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 37
[82] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 37
[83] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 91
[84] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 37
[85] Βλ. Παρούσα Εργασία σελίδα 37

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αποτελεί γεγονός το ότι μέσα από τη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία προέκυψαν ιδιαίτερα ενδιαφέροντα στοιχεία όσον αφορά στο θέμα της θετικής εξωτερικής εικόνας του ατόμου και την άμεση σχέση αυτής με την αυτο-πεποίθηση του και φυσικά το εργασιακό του περιβάλλον και τις διαπροσωπικές του σχέσεις. Είναι αναμφισβήτητο πως ένα άτομο που διαθέτη αυξημένη αυτο-πεποίθηση γίνεται πιο "διεκδικητικό" στην εργασία του, πιο δραστήριο και τελικά ίσως και πιο επιτυχημένο.

Όλα αυτά είναι γεγονός, ωστόσο συνοψίζοντας, σε καμία περίπτωση δε θα υποστηρίζαμε ότι άτομα που χαρακτηρίζονται από σωματικές δυσμορφίες είναι καταδικασμένα σε επαγγελματική και προσωπική αποτυχία, είναι σχεδόν σίγουρο όμως ότι θα δυσκολευτούν περισότερο για να αποδείξουν και να κερδίσουν τα αυτονόητα.

Από την άλλη πλευρά, φαίνεται ότι τα άτομα (και τα δύο φύλα) έχουν την αναπαράσταση ότι η επιστήμη (πλαστική χειρουργική) μας δίνει τη δυνατότητα να διορθώσουμε ενδεχόμενες σωματικές δυσμορφίες, ενέργειες που θα βοηθήσουν στην βελτίωση της αυτο-εικόνα μας και κατ' επέκταση της αυτο-πεποίθησής και της διεκδικητικότητα μας στο εργασιακό περιβάλλον, αρκεί βέβαια τέτοιου είδους ενέργειες να γίνονται με σύνεση και από ειδικούς (πλαστικούς χειρουργούς).

Συνοψίζοντας θα θέλαμε να σημειώσουμε ότι η παρούσα εργασία απετέλεσε μια μικρή διερεύνηση του συγκεκριμένου θέματος και ότι ελπίζουμε στο μέλλον να σταθεί εφαλτήριο για περαιτέρω έρευνα είτε από εμάς είτε και από άλλους ερευνητές.

- Arcin, R. M., Appelman, A.J. & Burger, J. M. (1980). Social anxiety , self-presentation and the self serving bias in casual attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 23-25.
- Arndt, E., Travis, F., Lefebvre,A., Niec, A., Munro, I., (1986). Beauty and the eye of the beholder : social consequences and personal adjustments for facial patients. Br. J. *Plastic Surgery*; 39 (1): 81-4.
- Beauvois, J. Dubois, N. (2001). Normativity and self-presentation – Theoritical bases of self-presentation training for evaluation situations. *Journal of Managerial Psychology*, 16, 490-508.
- Beer, G., Kompatscher, P., (1993). Importance of positive interaction in the initial meeting between plastic surgeons and patients: a survey. *Aesthetic Plastic Surgery* ; 17 (1) : 73-5.
- Bolton, M., Pruzinsky, T., Cash, J. (2003). Measuring outcomes in plastic surgery: body image and quality of life in abdominoplasty patients. *Plastic Reconstruction Surgery*;112 (2): 619-25;discussion 626-7.
- Breckler, S. J. & Greenwald, A.G. (1981,May). *Favorable self-referent judgments are made faster than nonfavorable ones*. Paper presented at the 53d meetings of the Midwestern Psychological Association, Detroit
- Cialdini, R.B., Baumann, D. J. & Kernick, D.T. (1981). Insights from sadness: A three-step model of the development of altrouism as hedonism. *Developmental Review*, 1,207-223.
- Deschamps, J. C. (1997). Attribution or Explanations in Everyday Life. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology,* 6 (1), 7-24.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New Yok : Doubleday.
- Greenwald, A.G. (1980). The totalitarian ego: Fabrication and revision of personal history. *American Psychologist*, 35, 603-618.
- Hinderer, U., (1984). Indications and significations of aesthetic plastic surgery. *Handchir. Mikrochir. Plastic Chir.* ;16 (3): 145-50.
- Hollyman, J., Lacey, J., Whtfield, P., Wilson, J., (1986). Surgery for the psyche: a longitudinal study of women underdoing reduction mammomoplasty. Br J. *Plastic Surgery*; 39 (2): 222-4.
- Horch, R., (2004). The role of plastic surgery in remodeling the body image. *MMW Fortschr Medicine*, 14;146 (42):32-6.
- Howitt, D., Cramer, D.,(2001). *Στατιστική με το Spss 10 για windows.* Κλειδάριθμος.
- James, W. (1890). *The principles of psychology*. (Vol. 1). New York : Holt.
- Jones, E. E & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of stragetic self-presentation. In J. Sulus (Ed), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 1, pp231-262). Hilsdale, NJ : Erlbaum.
- Kelman, H.C. (1961). Process of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25, 57-78.
- Liedtke, B., Badura, H., Jung, H., (1985). Changes in the psychosomatic status following operative-gynecologic and psychosomatic viewpoints. *GeburtshilfeFrauenheilkd*; 45 (5) : 316-9.
- Loevinger, J. (1976). *Ego development*. San Francisco :Jossey – Bass.
- Markus, H. (1977). Self–schemata and prossesing iformatiopn about the self.

Journal of Personality and Social Psychology, 35 63-78.
- Newell, R., (2000). Psychological difficulties amongst plastic surgery ex-patients following surgery to the face: a survey. *Br J Plastic Surgery*; 53 (5): 386-92.
- Ozgur, F., Tuncali, D., Guler Gursu, K., (1998). Life satisfaction, self-esteem, and body image : a psychological evaluation of aesthetic and reconstructive surgery candidates. *Aesthetic Plastic Surgery* ; 22 (6): 412-9.
- Pansu, P. (1997). The Norm of Internality in an Organization Context. *Europe Journal of Work and Organizational Psychology*, 6 (1), 37-58.
- Παπαστάμου Σ., Μαντόγλου Α., (1995*). Κοινωνικές Αναπαραστάσεις* ,Οδυσσέας.
Piaget, J. (1967). *Six psychological studies*. New York: Vintage.(Original work published 1964)
- Piaget, J. (1965). *The moral judgment of the child.* New York : Free Press. (Original work published 1932)
- Schlenker, B.R. (1980). *Impression management*. Monterey, CA : Brooks/ Cole.
- Shakespear, V., Postle, K., (1999). A qualitative study of patients' views on the effects of breast-reduction surgery: a 2-year follow up surgery. *Br J. Plasti Surgery*; 52 (3): 198-204.
- Stults, D. M., Messe, L.A. & Kerr, N. L. (1984). Belief discrepant behaviour and the bogus pipeline : Impression management or arousal attribution. *Journal of Experimental Social Psychology*, 20, 47-54.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Περιεχόμενα Παραρτήματος

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΧΕΙΡΟΥΡΓΙΚΗ

Στα πλαίσια μιας επιστημονικής / πανεπιστημιακής έρευνας για τις απόψεις και τις αναπαραστάσεις που έχει ο κόσμος απέναντι στην πλαστική χειρουργική, διαμορφώσαμε ένα ερωτηματολόγιο στο οποίο καλείστε να απαντήσετε, εκφράζοντας την προσωπική σας άποψη.

Οι απαντήσεις σας θα είναι **ανώνυμες, απόλυτα εμπιστευτικές** και θα μας επιτρέψουν να καταλάβουμε τις απόψεις και τις αναπαραστάσεις του κόσμου για την πλαστική χειρουργική. Σ αυτό το ερωτηματολόγιο δεν υπάρχουν σωστές και λάθος απαντήσεις, όλες οι απαντήσεις είναι σωστές για μας. Δεν μετράμε τις γνώσεις σας. Αυτό που μας ενδιαφέρει είναι η προσωπική σας άποψη για θέματα που σχετίζονται με την αισθητική πλαστική χειρουργική.

Σε αρκετές ερωτήσεις καλείστε να απαντήσετε χρησιμοποιώντας μια πενταβάθμια κλίμακα (από το 1 ως το 5), κυκλώνοντας κάθε φορά τον αριθμό (και μόνο έναν) που εκφράζει περισσότερο την προσωπική σας άποψη-γνώμη.

Η σημασία των αριθμών στην κλίμακα είναι :

1. **ΚΑΘΟΛΟΥ**
2. **ΛΙΓΟ**
3. **ΑΡΚΕΤΑ**
4. **ΠΟΛΥ**
5. **ΑΠΟΛΥΤΑ**

Σε ορισμένες άλλες ερωτήσεις καλείστε να απαντήσετε, επιλέγοντας από τις απαντήσεις που σας προτείνονται, βάζοντας δίπλα στην επιλογή σας ένα **Χ**. Κάθε φορά σας γνωστοποιούμε ποιες ακριβώς επιλογές έχετε.

Σπάνια δίνεται η ευκαιρία στον καθένα από μας να πει τη γνώμη του για κοινωνικά θέματα, όπως αυτό της πλαστικής χειρουργικής. Μέσα από αυτό το ερωτηματολόγιο, σας δίνεται η δυνατότητα να ακουστεί και η δική σας φωνή, σε θέματα που σας αφορούν.

Σας παρακαλούμε λοιπόν να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις που θα σας υποβληθούν, τη μία μετά την άλλη με τη σειρά που σας προτείνονται. Διαβάστε προσεκτικά την εκφώνηση και σεβαστείτε τον τρόπο απάντησης.

Ευχαριστούμε για τη συνεργασία σας

ΕΡ.1 : Ποιά από τις ακόλουθες πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις θεωρείτε την πιο συνηθισμένη ; (σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας).

Ρινοπλαστική ☐

Ενδοσκόπιο Lift μετώπου ☐

Face Lift ☐

Βλεφαροπλαστική ☐

Ωτοπλαστική ☐

Μειωτική μαστών ☐

Αυξητική μαστών ☐

Ανόρθωση μαστών ☐

Κοιλιοπλαστική ☐

Λιποαναρρόφηση ☐

ΕΡ.2 : Σε τι βαθμό πιστεύετε , κάποιος που αποφασίζει να προχωρήσει σε επέμβαση το επιθυμεί; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ, 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.3 : Θα χαρακτηρίζατε την επιθυμία κάποιου να διορθώσει μια σωματική του δυσμορφία ως εμμονή ;(σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

ΕΡ.4 : Για ποιο λόγο (πρωτεύοντα) πιστεύτε ότι κάποιος υποβάλλεται/ προχωρά σε πλαστική χειρουργική επέμβαση; (σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

Βελτίωση της ψυχολογίας του ☐

Αύξηση της σεξουαλικότητας του ☐

Επάγγελμα ☐

Σύντροφος ☐

Κοινωνικός περίγυρος ☐

ΕΡ.5 : Σε τι βαθμό πιστεύετε κάποιος αισθάνεται φόβο προ-εγχειρητικά; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ ,5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.6 : Σε τι βαθμό νομίζετε κάποιος ενημερώνεται από τον πλαστικό χειρουργό του για τους ενδεχόμενους κινδύνους της επέμβασης; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ, 5 απόλυτα)

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.7 : Σε τι βαθμό πιστεύετε κάποιος δυσκολεύεται να πάρει την απόφαση για να προχωρήσει σε πλαστική χειρουργική επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ, 5 απόλυτα)

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.8 : Πόσο ευχαριστημένος πιστεύετε είναι κάποιος από την εξωτερική του εικόνα πριν προχωρήσει σε χειρουργική επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο ,3 αρκετά ,4 πολύ , 5 απόλυτα)

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.9 : Σε τι βαθμό πιστεύετε κάποιος διαθέτει αυτοπεποίθηση πριν την επέμβαση ;(1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.10 : Σε τι βαθμό νομίζετε κάποιος διακατέχεται από κοινωνική ανησυχία, κοινωνικό φόβο πριν την επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.11 : Πόσο σημαντικό θεωρείτε τον τομέα του επαγγέλματος στη ζωή σας; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.12 : Θα χαρακτηρίζατε το επάγγελμα σας κοινωνικό; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.13 : Είστε φιλόδοξος/η; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.14 : Κατά πόσο θεωρείται ότι η πλαστική χειρουργική επέμβαση που θα υποβληθεί κάποιος μπορεί να αποτελέσει επένδυση για την εργασία του ; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.15 : Σε τι βαθμό παίζει ρόλο η εξωτερική εικόνα στον εργασιακό χώρο; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.16 : Θεωρείτε ότι ένας άνθρωπος αντικειμενικά άσχημος θα αποτύχει στον επαγγελματικό τομέα; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.17 : Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι κάποιος θα προχωρούσε σε πλαστική χειρουργική επέμβαση για να επιτύχει ανέλιξη στο επάγγελμα του; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.18 : Σε τι βαθμό πιστεύετε παίζει ρόλο η εξωτερική μας εικόνα στις καθημερινές μας επαφές – διαπροσωπικές σχέσεις; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.19 : Κατά πόσο πιστεύετε αυξάνεται η αυτοεκτίμηση κάποιου μετά την επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.20 : Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι επέρχονται θετικές αλλαγές στη συμπεριφορά συνεργατών ,στο εργασιακό περιβάλλον, κάποιου μετά την χειρουργική επέμβαση στην οποία υποβλήθηκε; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.21 : Σε τι βαθμό σας ενδιαφέρει η γνώμη των άλλων; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.22 : Πιστεύετε ότι «ανεβαίνει» η ψυχολογία κάποιου μετά από μια πλαστική χειρουργική επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.23 : Πιστεύετε ότι θα βελτιωθεί η αυτοεικόνα κάποιου μετά την επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.24 : Πιστεύετε ότι οι σωματικές δυσμορφίες μπορούν να επηρεάσουν τις επιλογές των ανθρώπων όσον αφορά στην επαγγελματική τους καριέρα; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.25 : Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι βελτιώνεται η αυτοπεποίθηση κάποιου μετά την πλαστική χειρουργική επέμβαση ; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.26 : Πιστεύετε ότι κάποιος γίνεται πιο διεκδικητικός στο εργασιακό του περιβάλλον μετά την επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.27 : Θεωρείτε ότι αυξάνεται η κοινωνική δραστικότητα / ισχύς κάποιου μετά την επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.28 : Πιστεύετε ότι αυξάνεται η παραγωγικότητα κάποιου μετά την επέμβαση; (1 καθόλου, 2 λίγο, 3 αρκετά, 4 πολύ , 5 απόλυτα).

Καθόλου 1 2 3 4 5 **Απόλυτα**

ΕΡ.29 : Πιστεύετε ότι κάποιος που έχει κάνει ήδη μια πλαστική επέμβαση θα έκανε και δεύτερη ; (σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

ΟΧΙ ☐ ΝΑΙ ☐

ΕΡ.30 : Ποια θεωρείτε την κυρίαρχη πηγή της χρηματοδότησης μιας πλαστικής χειρουργικής επέμβασης κάποιου; (σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

Προσωπική Αποταμίευση ☐

Δανεισμός ☐

Άλλο ☐ Ποιο .....

Ορισμένες προσωπικές ερωτήσεις

Οικογενειακή κατάσταση: (σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

Άγαμος/η ☐

Έγγαμος/η ☐

Ηλικία.....

Είστε: (σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐

Τόπος Γέννησης.....

Τόπος Διαμονής.....

Επάγγελμα.....

Μορφωτικό Επίπεδο:(σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

Δημοτικό ☐ Γυμνάσιο ☐ ☐ Λύκειο

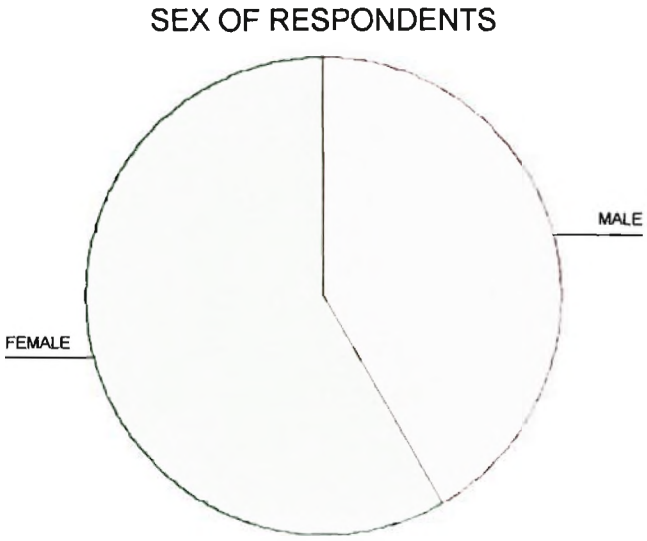
ΤΕΙ/ΑΕΙ ☐ Άλλο ☐ Ποιο.....

Εισόδημα:(σημειώστε ένα **Χ** στην επιλογή σας)

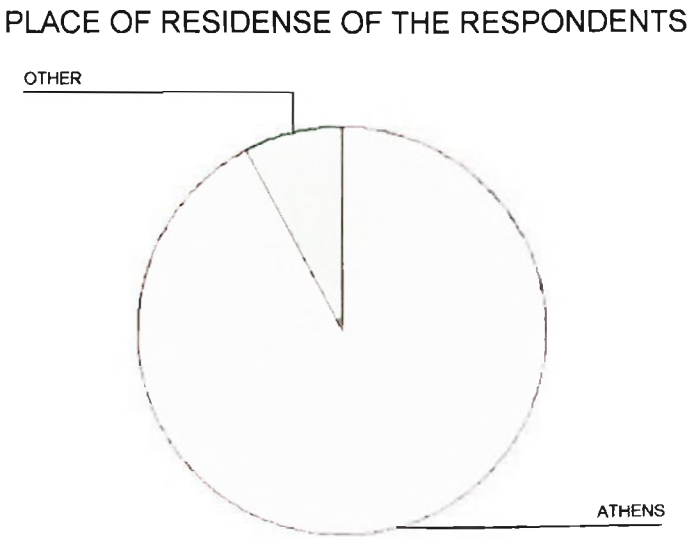
Χαμηλό 0 - 700 € Μεσαίο 701 – 1500 € Υψηλό 1501 € και άνω

....

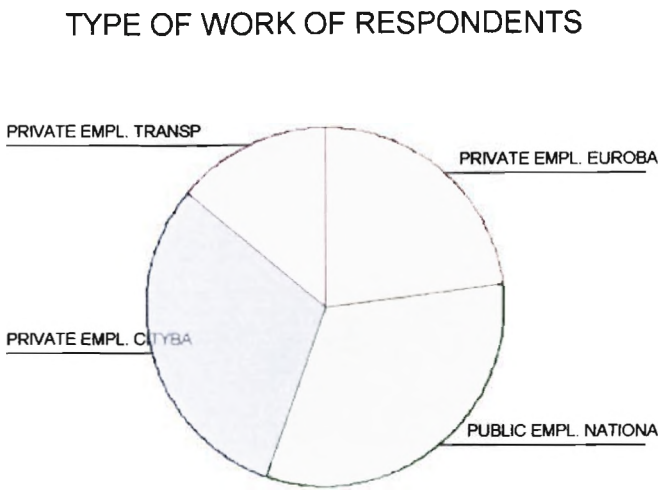
Διάγραμμα 1: Απεικόνιση των ποσοστών των δύο φύλων του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).



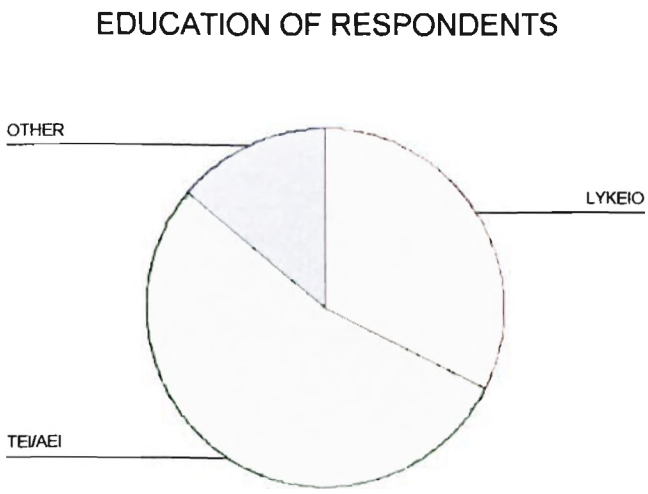
Διάγραμμα 2: Απεικόνιση του τόπου διαμονής του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).



Διάγραμμα 3: Απεικόνιση του τύπου εργασίας του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).



Διάγραμμα 4: Απεικόνιση του επιπέδου εκπαίδευσης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).



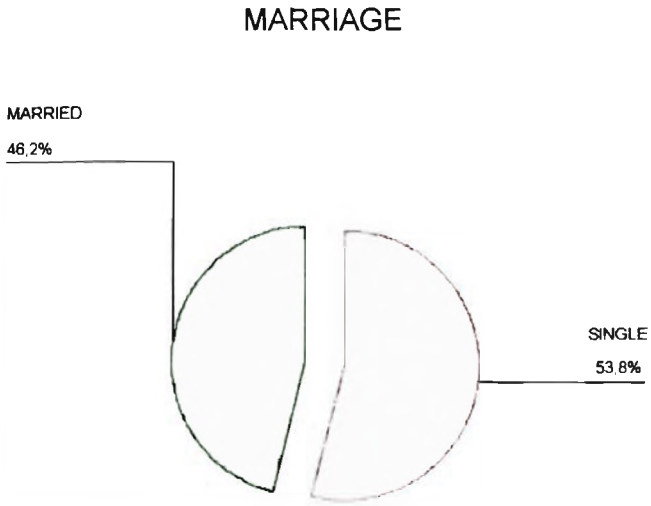
Πίνακας 1:Στατιστικά της οικογενειακής κατάστασης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).

Statistics

MARRITAL STATUS OF RESPONDENTS

N	Valid	65
	Missing	0

Διάγγραμμα 5:Απεικόνιση της οικογενειακής κατάστασης του δείγματός μας. (N=65, male=27, female=38).



Πίνακας 2: Descriptive Statistics. (N=65, male=27, female=38).

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
MOST USED TYPE OF SURGERY	5,75	3,61	65
DESIRE FOR SURGERY	4,14	,70	65
EMMONH ALLAGHS XARAKTHRISTIKOY	1,72	,45	65
REASONS FOR SURGERY	1,72	1,44	65
PRO-SURGERY FEAR	3,28	,93	65
INFORMATION FROM PLASTIC SURGEON	3,43	,93	65
DIFFICULTY IN DECISION FOR SURGERY	3,06	,92	65
PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF IMAGE	1,98	,65	65
PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF CONIDENCE	2,22	,72	65
PRO-SURGERY SOCIAL FEAR	2,80	,89	65
VALUE OF WORK IN YOUR LIFE	4,08	,74	65
IS YOUR WORK SOCIAL	4,15	,96	65
ARE YOU AMBITIOUS	3,62	,88	65
SURGERY AND WORK INVESTMENT	3,08	,91	65
SELF IMAGE AND WORK	3,43	,95	65
UNGLINESS AND WORK FAILURE	2,09	1,01	65
SURGERY AND WORK EVOLUTION	2,77	1,13	65
SELF IMAGE AND INTERPERSONAL RELATIONS	3,72	,84	65
META-SURGERY SELF ESTEEM	3,78	,93	65
SURGERY AND CHANGE IN COWORKER BEHAVIOR	3,11	1,03	65
INTEREST OF OTHERS' OPINION	3,32	1,06	65
SURGERY AND POSITIVE SELF PSYCHOLOGY	3,91	,65	65
META-SURGERY SELF IMAGE	3,62	,96	65
PERSONAL BODILY DEFORMITY AND SELECTION OF WORK	3,26	,97	65
META-SURGERY SELF CONFIDENCE	3,83	,74	65
META-SURGERY WORK CLAIMING	2,89	,99	65
META-SURGERY AND SELF POWER	3,22	,93	65
META-SURGERY AND PRODUCTIVITY	2,83	1,08	65

Πίνακας 3:KMO and Bartlett's Test. (N=65, male=27, female=38).

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,719
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	926,062
	df	378
	Sig.	,000

Πίνακας 4: Communalities. (N=65, male=27, female=38).

Communalities

	Initial	Extraction
MOST USED TYPE OF SURGERY	1,000	,636
DESIRE FOR SURGERY	1,000	,722
EMMONH ALLAGHS XARAKTHRISTIKOY	1,000	,693
REASONS FOR SURGERY	1,000	,571
PRO-SURGERY FEAR	1,000	,710
INFORMATION FROM PLASTIC SURGEON	1,000	,758
DIFFICULTY IN DECISION FOR SURGERY	1,000	,674
PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF IMAGE	1,000	,798
PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF CONIDENCE	1,000	,738
PRO-SURGERY SOCIAL FEAR	1,000	,612
VALUE OF WORK IN YOUR LIFE	1,000	,720
IS YOUR WORK SOCIAL	1,000	,705
ARE YOU AMBITIOUS	1,000	,547
SURGERY AND WORK INVESTMENT	1,000	,692
SELF IMAGE AND WORK	1,000	,757
UNGLINESS AND WORK FAILURE	1,000	,655
SURGERY AND WORK EVOLUTION	1,000	,662
SELF IMAGE AND INTERPERSONAL RELATIONS	1,000	,618
META-SURGERY SELF ESTEEM	1,000	,741
SURGERY AND CHANGE IN COWORKER BEHAVIOR	1,000	,759
INTEREST OF OTHERS' OPINION	1,000	,758
SURGERY AND POSITIVE SELF PSYCHOLOGY	1,000	,630
META-SURGERY SELF IMAGE	1,000	,885
PERSONAL BODILY DEFORMITY AND SELECTION OF WORK	1,000	,778
META-SURGERY SELF CONFIDENCE	1,000	,638
META-SURGERY WORK CLAIMING	1,000	,731
META-SURGERY AND SELF POWER	1,000	,767
META-SURGERY AND PRODUCTIVITY	1,000	,572

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Πίνακας 5: Rotated Component Matrix. (N=65, male=27, female=38).

Rotated Component Matrix [a]

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
META-SURGERY SELF IMAGE	,867	,235	-,124	-,154	,123	-5,17E-02	,146	1,396E-02
META-SURGERY AND SELF POWER	,832	3,983E-02	4,403E-02	,105	,149	,132	,143	1,849E-02
META-SURGERY SELF ESTEEM	,805	,202	-2,95E-02	,118	6,676E-02	5,205E-02	,155	-7,90E-02
SURGERY AND POSITIVE SELF PSYCHOLOGY	,773	-,107	,114	6,616E-02	-2,63E-02	-5,43E-02	-1,52E-02	2,136E-02
SURGERY AND CHANGE IN COWORKER BEHAVIOR	,673	,413	,151	,122	,233	,209	5,473E-03	-3,95E-03
META-SURGERY SELF CONFIDENCE	,648	,181	-4,61E-02	2,632E-02	-2,37E-02	-,136	,392	9,926E-02
META-SURGERY WORK CLAIMING	,610	,471	,102	-1,22E-02	,138	,321	-8,00E-03	-6,54E-02
SELF IMAGE AND INTERPERSONAL RELATIONS	,539	,318	,210	,313	-,150	-,168	2,773E-02	-,183
SURGERY AND WORK EVOLUTION	,500	,290	,327	-2,36E-02	7,588E-03	,451	,108	-7,44E-02
PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF CONIDENCE	-5,25E-02	-,699	,186	-,129	-7,07E-02	-1,99E-02	,143	,412
UNGLINESS AND WORK FAILURE	,198	,697	,228	-5,20E-02	,202	3,555E-02	,159	9,015E-02
ARE YOU AMBITIOUS	,111	,660	-2,85E-02	,185	8,087E-02	-,106	,213	1,675E-02
SURGERY AND WORK INVESTMENT	,249	,642	,317	,124	,101	,263	-7,93E-02	,129
SELF IMAGE AND WORK	,317	,579	,391	-,154	-5,37E-02	,237	,292	-2,56E-02
VALUE OF WORK IN YOUR LIFE	9,836E-02	-6,58E-02	,797	,134	-5,79E-02	-6,11E-02	,214	-1,70E-03
IS YOUR WORK SOCIAL	-,181	,212	,770	-,121	,123	-4,10E-02	-3,17E-02	3,571E-02
META-SURGERY AND PRODUCTIVITY	,356	,262	,470	,181	-4,60E-02	,227	,260	-3,83E-02
INFORMATION FROM PLASTIC SURGEON	-6,18E-02	-5,88E-02	-7,41E-02	,806	8,223E-02	-7,65E-02	2,001E-02	,287
DIFFICULTY IN DECISION FOR SURGERY	-,230	-,119	-,106	-,704	-1,59E-02	-3,13E-02	,143	,280
PRO-SURGERY FEAR	-,125	-,278	-9,27E-02	-,675	-,111	-,123	-,349	-6,00E-02
MOST USED TYPE OF SURGERY	,130	,128	-5,77E-02	7,239E-02	,765	-2,09E-02	9,091E-02	2,660E-02
REASONS FOR SURGERY	-4,61E-03	,105	2,346E-02	1,504E-02	,598	,358	6,495E-02	-,263
INTEREST OF OTHERS' OPINION	,220	,117	,486	,145	,596	-,246	-,135	6,894E-02
EMMONH ALLAGHS XARAKTHRISTIKOY	2,046E-02	-2,47E-02	,111	-2,42E-02	-5,01E-02	-,819	-6,38E-02	-4,77E-02
DESIRE FOR SURGERY	,333	6,622E-02	,168	,127	,228	,110	,697	-,110
PERSONAL BODILY DEFORMITY AND SELECTION OF WORK	,331	,412	,364	-6,66E-02	-,140	7,062E-02	,580	-2,31E-02
PRO-SURGERY SATISFACTION WITH SELF IMAGE	8,282E-02	5,215E-02	5,356E-02	2,655E-02	-,116	8,259E-02	-,118	,866
PRO-SURGERY SOCIAL FEAR	,324	,146	,115	-,287	-,139	,339	-,137	-,487

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

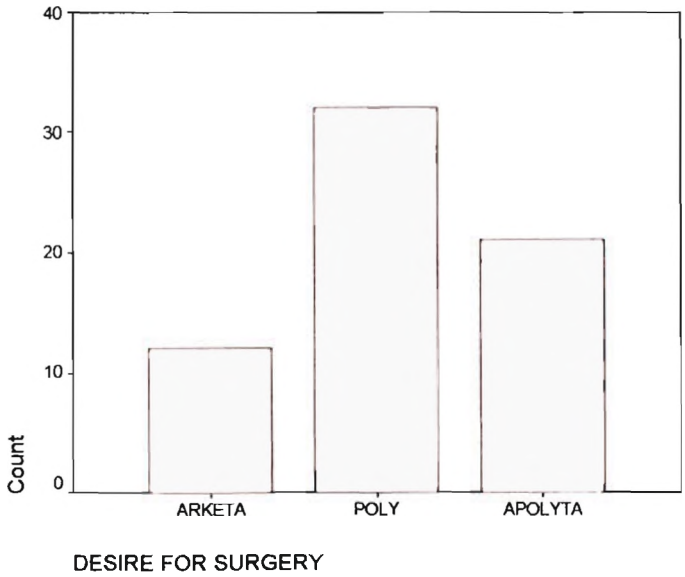
Πίνακας 6: Component Transformation Matrix. (N=65, male=27, female=38).

Component Transformation Matrix

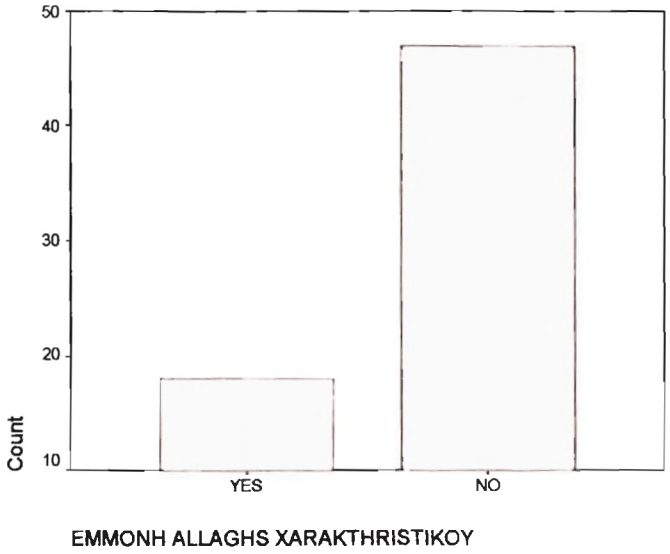
Component	1	2	3	4	5	6	7	8
1	,721	,507	,289	,141	,154	,176	,248	-,066
2	-,603	,345	,639	,241	,187	,010	,071	,103
3	-,135	,231	,148	-,792	-,168	,379	-,053	-,322
4	,212	-,383	,545	-,258	-,418	-,271	,229	,381
5	,121	-,384	,224	-,280	,811	-,158	-,095	-,128
6	-,035	,028	-,200	-,168	,246	,489	,082	,790
7	,025	,523	-,166	-,316	,066	-,665	-,260	,291
8	,191	-,052	,268	,146	-,123	,213	-,892	,108

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

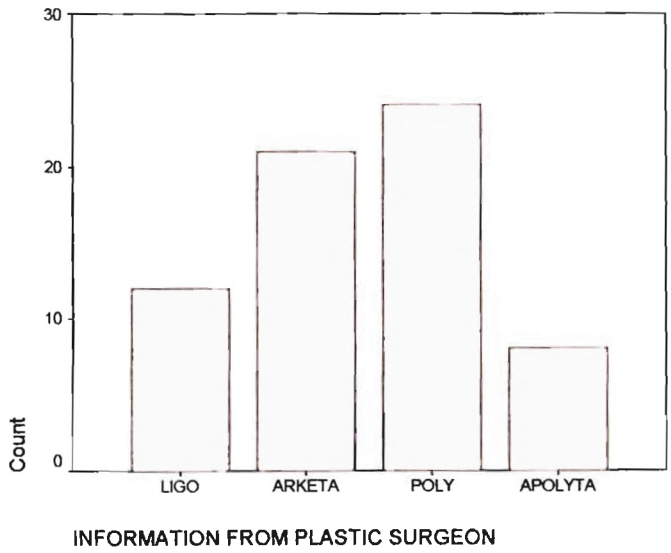
Ραβδόγραμμα 6: Απεικόνιση της επιθυμίας κάποιου για να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση. (N=65, male=27, female=38).



Ραβδόγραμμα 7: Απεικόνιση του βαθμού της εμμόνης κάποιου για τη δυσμορφία του προεγχειρητικά. (N=65, male=27, female=38).



Ραβδόγραμμα 8: Βαθμός ενημέρωσης κάποιου ο οποίος πρόκειται να υποβληθεί σε πλαστική χειρουργική επέμβαση από τον χειρουργό για τους ενδεχόμενους κινδύνους της επέμβασης. (N=65, male=27, female=38).

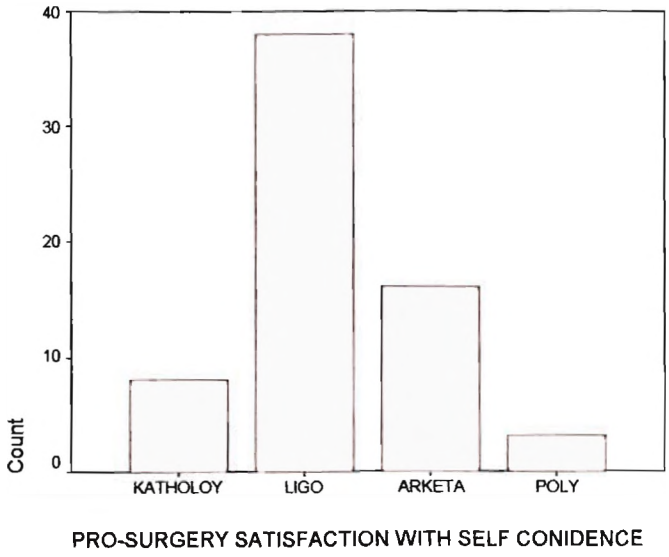


Πίνακας 7: Δυσκολία απόφασης κάποιου για να προχωρήσει στην επέμβαση. (N=65, male=27, female=38).

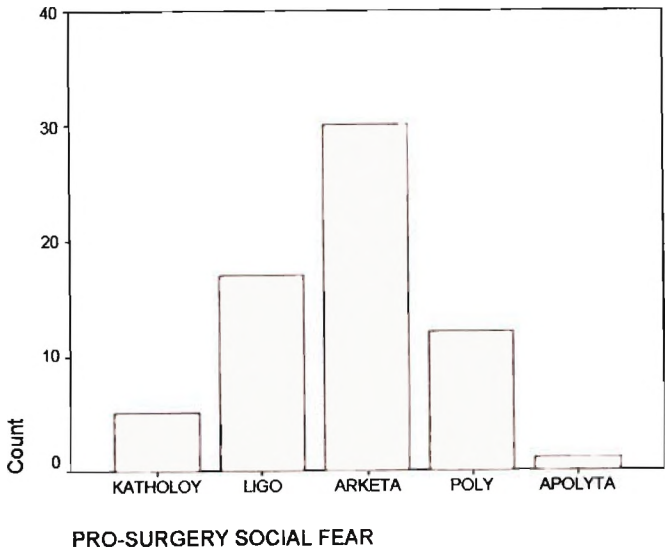
DIFFICULTY IN DECISION FOR SURGERY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	3	4,6	4,6	4,6
	LIGO	12	18,5	18,5	23,1
	ARKETA	32	49,2	49,2	72,3
	POLY	14	21,5	21,5	93,8
	APOLYTA	4	6,2	6,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

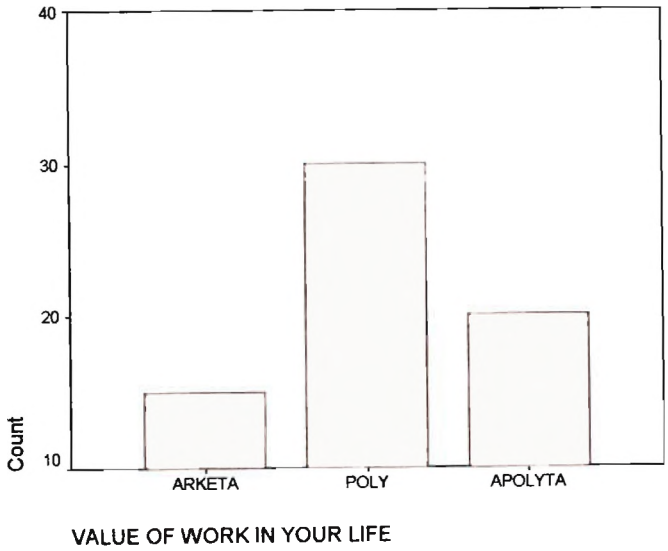
Ραβδόγραμμα 9: Προ-εγχειρητική ικανοποίηση της αυτο-πεποίθησης . (N=65, male=27, female=38).



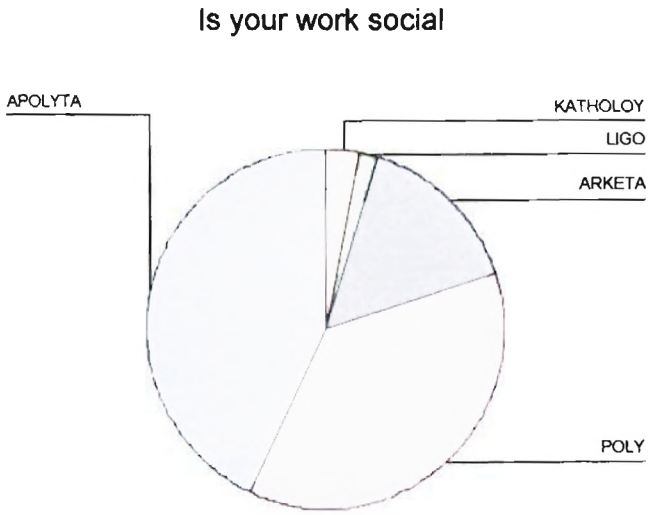
Ραβδόγραμμα 10:Προ-εγχειρητικός κοινωνικός φόβος, κοινωνική ανησυχία. (N=65, male=27, female=38).



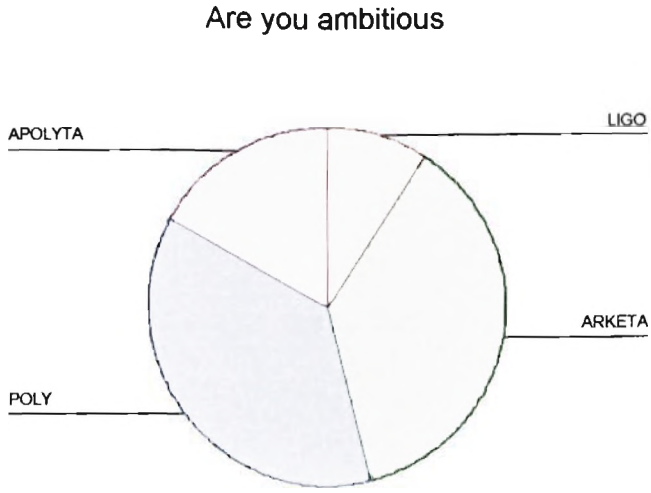
Ραβδόγραμμα 11: Απεικόνιση της σημαντικότητας του επαγγέλματος στη ζωή. (N=65, male=27, female=38).



Διάγραμμα 12: Απεικόνιση της κοινωνικότητας του επαγγέλματος του δείγματος. (N=65, male=27, female=38).



Διάγραμμα 13: Απεικόνιση της φιλοδοξίας του δείγματος. (N=65, male=27, female=38).

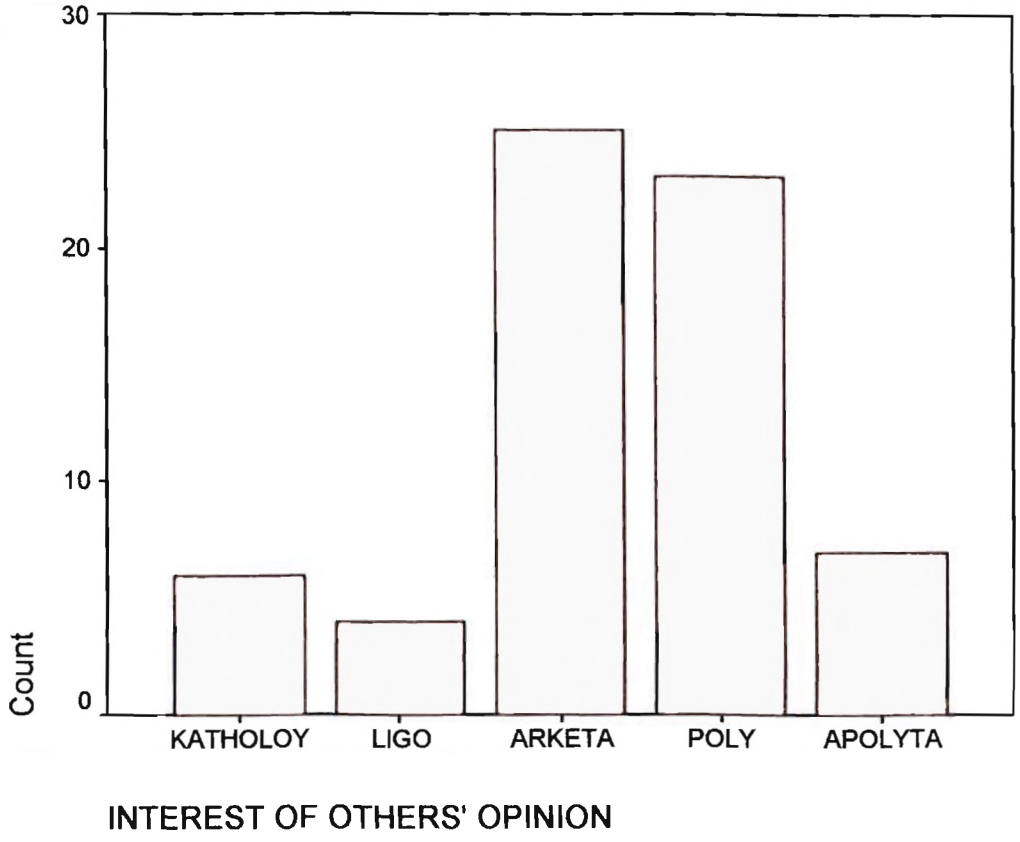


Πίνακας 8: Εικόνα της πλαστικής επέμβασης σε σχέση με την επένδυση στην εργασία. (N=65, male=27, female=38).

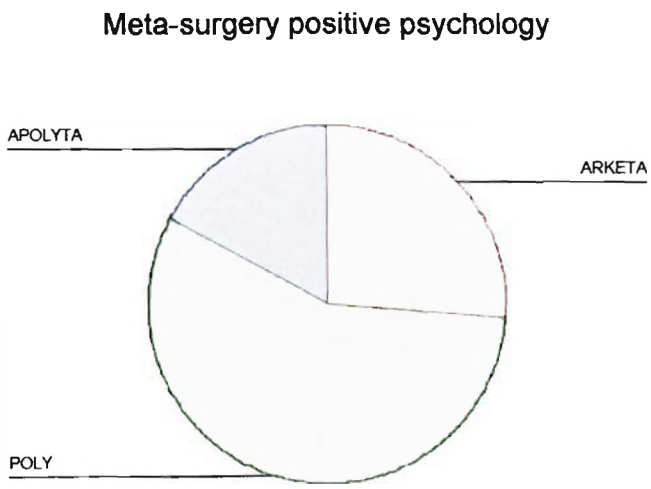
SURGERY AND WORK INVESTMENT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	2	3,1	3,1	3,1
	LIGO	15	23,1	23,1	26,2
	ARKETA	27	41,5	41,5	67,7
	POLY	18	27,7	27,7	95,4
	APOLYTA	3	4,6	4,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

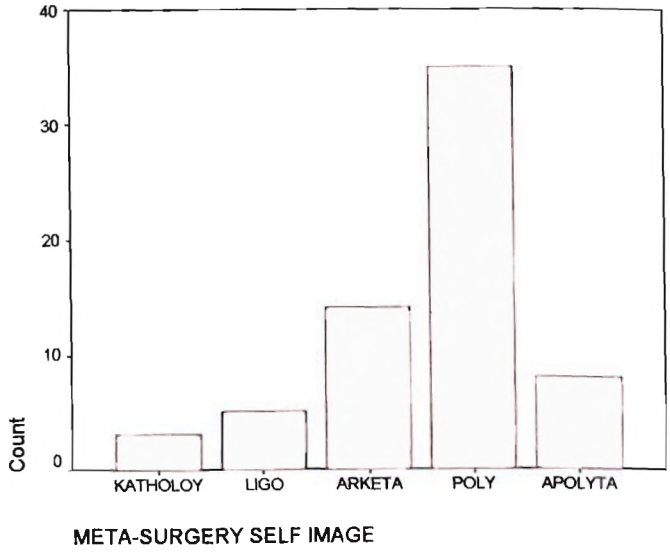
Ραβδόγραμμα 14: Εικόνα του ενδιαφέροντος κάποιου για τη γνώμη των άλλων. (N=65, male=27, female=38)



Διάγραμμα 15: Απεικόνιση του μετα-χειρουργικού "ανεβάσματος" της ψυχολογίας. (N=65, male=27, female=38)



Ραβδόγραμμα 16: Απεικόνιση της μετα-χειρουργικής βελτίωσης της αυτο-εικόνας. (N=65, male=27, female=38)

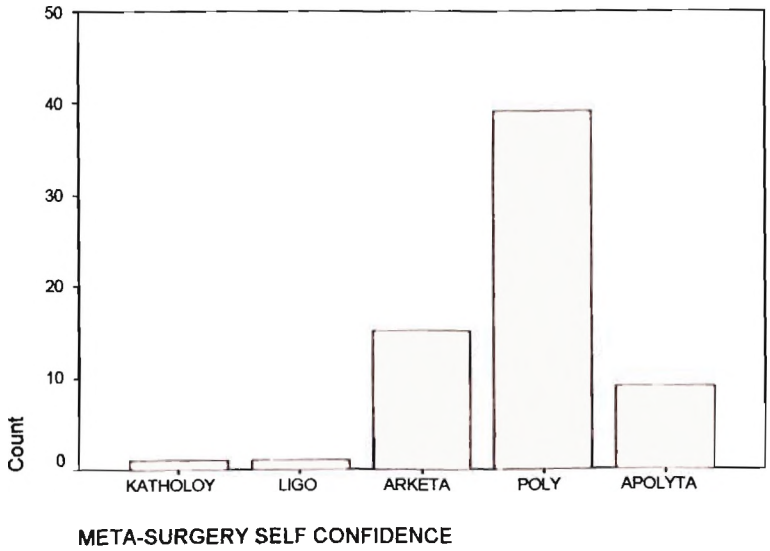


Πίνακας 9: Εικόνα σχέσης σωματικών δυσμορφιών και επιλογής επαγγέλματος. (N=65, male=27, female=38)

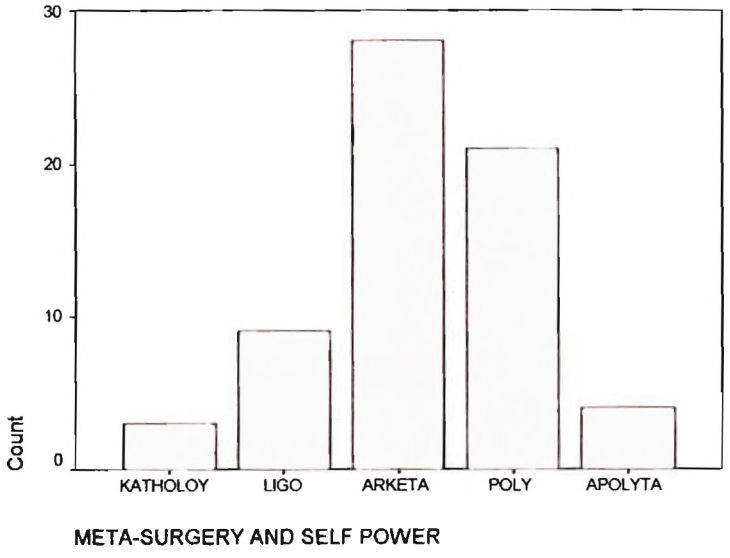
PERSONAL BODILY DEFORMITY AND SELECTION OF WORK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KATHOLOY	2	3,1	3,1	3,1
	LIGO	12	18,5	18,5	21,5
	ARKETA	24	36,9	36,9	58,5
	POLY	21	32,3	32,3	90,8
	APOLYTA	6	9,2	9,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

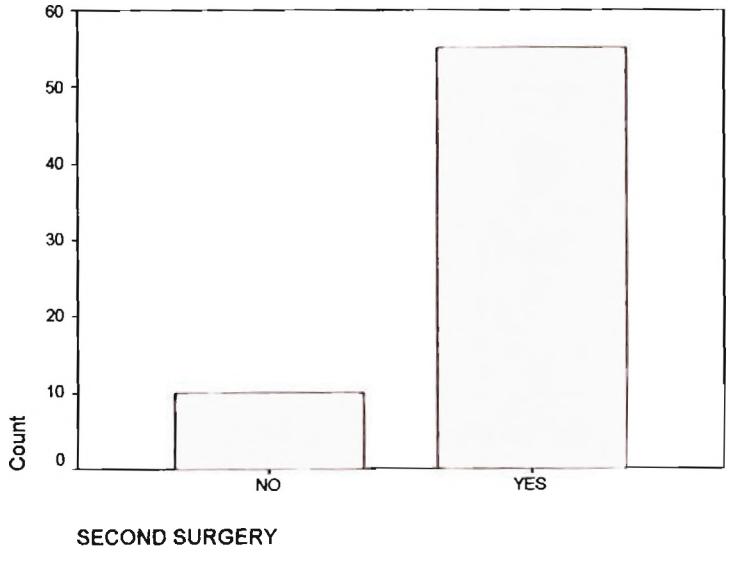
Ραβδόγραμμα 17: Απεικόνιση της μετα-χειρουργικής βελτίωση της αυτό-πεποίθησης. (N=65, male=27, female=38)



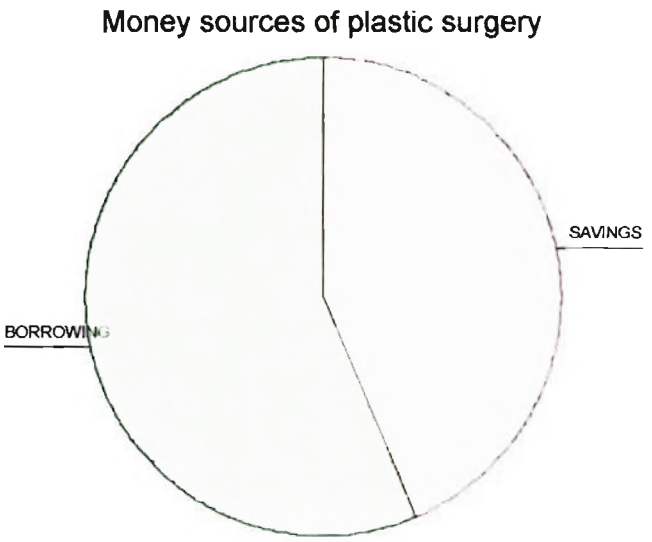
Ραβδόγραμμα 18: Απεικόνιση της μετα-χειρουργικής αύξησης της κοινωνικής δραστικότητας / ισχύος. (N=65, male=27, female=38)



Ραβδόγραμμα 19: Απεικόνιση και δεύτερης πλαστικής χειρουργικής επέμβασης. (N=65, male=27, female=38)



Ραβδόγραμμα 20: Απεικόνιση πηγών χρηματοδότησης των πλαστικών χειρουργικών επεμβάσεων. (N=65, male=27, female=38)



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
Τηλ. 210 - 92 01 001

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ

ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
0020000097309