

Autorzy: Marta Czarnańska-Iwańczuk, Marcin Cybulski, Wojciech Strzelecki, Maja Strzelecka.

Tytuł: Zagrożenia związane z postrzeganiem idealnego wizerunku kobiecego ciała przez mężczyzn w okresie adolescencji. [W:] Szanse i bariery w ochronie zdrowia. Wybrane aspekty organizacyjne, prawne i psychologiczne. Pod red.: Marii Danuty Głowackiej, Ewy Mojs. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Medycznego im Karola Marcinkowskiego w Poznaniu, Poznań, 2008

Strony: s. 160-166

## Zagrożenia związane z postrzeganiem idealnego wizerunku kobiecego ciała przez mężczyzn w okresie adolescencji

### Streszczenie

*Poniższy tekst podejmuje tematykę zagrożeń związanych z postrzeganiem idealnego wizerunku kobiecego ciała przez mężczyzn w okresie adolescencji. Opisuje zmiany idealnego wizerunku na przestrzeni dziejów oraz określa zagrożenia, jakie mogą nieść ze sobą wzorce lansowane przez współczesne media. Podnosi też temat roli ciała dla budowania tożsamości współczesnego nastolatka, a także wskazuje na rolę społecznych oczekiwań w budowaniu wzorców atrakcyjności. Celem pracy jest analiza postrzegania idealnego wizerunku kobiecego ciała przez uczniów szkoły podstawowej.*

### Wstęp

Idealny wizerunek ciała kobiecego na przestrzeni dziejów zmieniał się wielokrotnie i w dalszym ciągu podlega przemianom - począwszy od najstarszych wzorców piękna, które podkreślając rangę płodności odwoływały się do naturalnego wizerunku kobiecego ciała, poprzez tzw. „rubensowskie kształty”, początki modelingu, „ultraszczupłe” kobiety, a skończywszy na powrocie do kształtów naturalnych. Można powiedzieć, że ideał piękna powraca do korzeni, innymi słowy mamy aktualnie do czynienia ze społecznym przełomem. Wśród najistotniejszych przyczyn tych przemian kulturowych wymienić należy wydarzenia o zasięgu ogólnosiwiatowym - galopujący rozwój technologii, przemiany społeczne i ekonomiczne [4]. Od lat czterdziestych XX wieku ideał kobiecości stawał się coraz szczuplejszy, jednak proces ten w ostatnim czasie został zahamowany przez szeroko zakrojone akcje, których propagatorem była m.in. Światowa Organizacja Zdrowia, apelująca do twórców ze świata mody o staranność, pod względem prawidłowości BMI, dobór modelek prezentujących kolekcje ubiorów [7]. Również w kulturze popularnej przesadnie szczupła

sylwetka przestaje być obowiązującym wzorcem, czego przykładem mogą być gwiazdy muzyki rozrywkowej, których wizerunki coraz częściej odbiegają od kanonów „anorektycznych”, propagowanych od połowy XX wieku. Przykładem mogą być tu: Jennifer Lopez, Beyonce Knowles, czy też polska wokalistka – Dorota Rabczewska „Doda”.

Jednak pomimo przemian dotyczących wzorców ciała kobiecego, wciąż jeszcze dominującym obrazem w mediach jest wizerunek kobiety „ultraszczupłej”. Działania te są widoczne chociażby w prasie kobiecej, odwołującej się zarówno do elementów akceptacji własnego ciała, poszukiwania satysfakcji w cieleśnie naturalnym status quo, jak i z drugiej strony równocześnie do metod walki z niedoskonałościami (wielorakości diet, zestawów ćwiczeń fizycznych, czy też środków kosmetycznych i farmaceutycznych), a także w świecie projektantów mody, których część zaprotestowała przeciwko postulatowi WHO, odwołując się do tradycji modellingu, który jest, według owego środowiska, formą sztuki. Sztuki zawierającej charakterystyczne dla niej elementy, m.in. wykorzystywanie wizerunków i ciał wyjątkowo szczupłych kobiet, których BMI nie przekracza granicznej dla zdrowia wartości 18,5. O dominacji wizerunku świadczą też dobitnie działania będące promocją zachowań anorektycznych, których najlepszym przykładem są internetowe serwisy „pro-ana”. Pomimo, że autorki stron zaprzeczają temu jakoby taką promocję prowadziły, to jednak niewątpliwie ma ona miejsce. Wspomniane serwisy internetowe służą wspieraniu chorych na zaburzenia odżywiania kobiet, ale nie w walce z chorobą, a w pogłębianiu procesu chorobowego [6].

Mówiąc o roli, jaką odgrywa atrakcyjność fizyczna, należy zwrócić uwagę przede wszystkim na to, jak postrzegane jest piękno przez kobiety. Wiąże się to ze specyficznym podejściem kobiet do swego ciała, które ma źródło w społecznym rozumieniu pojęcia kobiecości. Męskość kulturowo postrzegana jest przez pryzmat cech duchowych, czy też intelektualnych, kobiecość natomiast poprzez elementy cielesne, będące istotnymi czynnikami w kształtowaniu samooceny i samoakceptacji kobiety. Dla kobiet ciało odgrywa istotniejszą niż dla mężczyzn rolę w kształtowaniu tożsamości [1].

W kształtowaniu się idealnego wizerunku kobiecego ciała zasadniczą rolę odgrywają szeroko pojęte społeczne oczekiwania kobiecej atrakcyjności. Tymczasem kanon kobiecego piękna w dużej mierze stworzony został nie przez same kobiety, ale przez mężczyzn, którzy w odniesieniu do atrakcyjności fizycznej stawiają kobietom dalece wyższe niż sobie wymagania. Ten stan rzeczy wprawdzie również w dużej mierze ulega zmianie, jednak dotyczy to wciąż niewielkiej ilości mężczyzn – przede wszystkim tych, pozostających pod najsilniejszym wpływem czynników popkulturowych, czyli adolescentów, przywiązujących do własnego wyglądu coraz większą rolę.

Właśnie w okresie adolescencji, nazywanym też okresem dorastania lub dojrzewania, następuje największe skupienie na własnym wyglądzie, co związane jest z dynamicznymi zmianami spowodowanymi rozwojem fizycznym. Przy czym tożsamość kiedyś w większym stopniu opisywana była przez umysłowość jednostki, czy jej osobowość, aktualnie natomiast w coraz większym stopniu charakteryzowana jest przez ciało, dlatego też dorastający niejednokrotnie zaczynają jej budowanie właśnie od cielesności [3]. Według psychospołecznej koncepcji rozwoju Erika H. Eriksona, kształtuje się wówczas tożsamość człowieka. Elementem wspomnianej tożsamości jest natomiast tożsamość seksualna, związana nieodłącznie z wizją własnego ideału kobiecości bądź męskości, do którego dana osoba będzie dążyć [2]. Wpływ czynników popkulturowych jest szczególnie istotny w okresie adolescencji również i z tego powodu, że według wspomnianej koncepcji Eriksona, głównymi źródłami rozwoju i zagrożeń są w tym stadium: mody, grupy rówieśnicze i wywierany przez nie nacisk oraz kontekst bezpiecznego eksperymentowania [5].

#### Cel badań

Celem pracy była analiza idealnego wizerunku kobiecego ciała przez chłopców – uczniów szkoły podstawowej w odniesieniu do wizerunków kobiecego ciała prezentowanych przez przedstawicielki świata kultury popularnej. Wśród celów szczegółowych wymienić można określenie poziomu wiedzy na temat procesów odchudzania, znajomość diet.

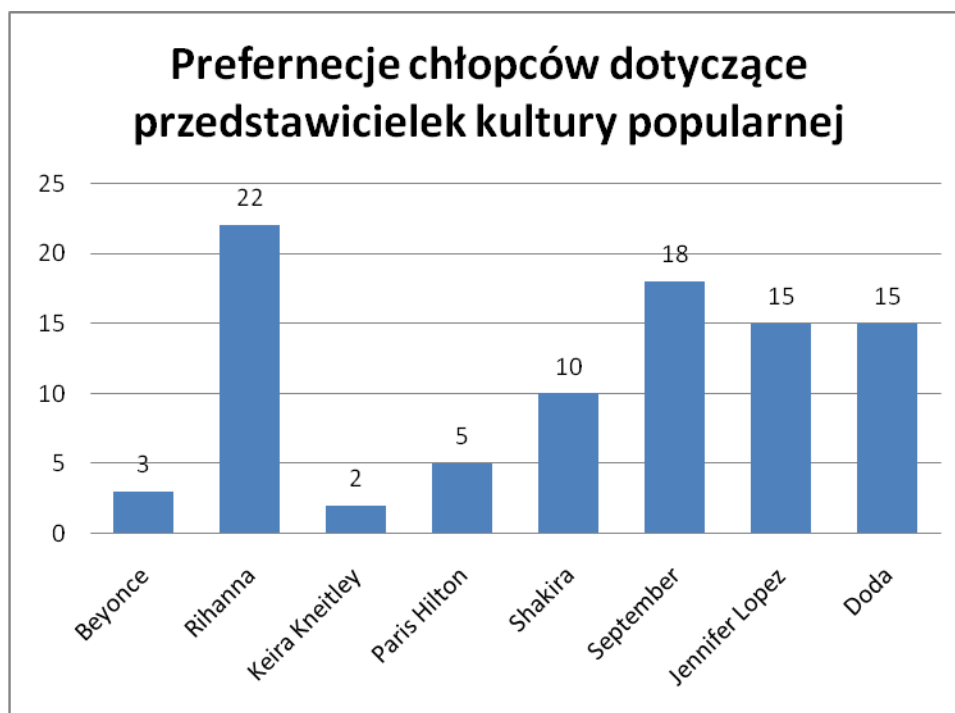
#### Materiał i metoda

Dla przeprowadzenia powyższej analizy wykorzystano ankietę, którą przeprowadzono wśród 51 chłopców w wieku 11 - 13 lat, uczęszczających do Szkoły Podstawowej nr 82 im. Przemysła II w Poznaniu.

Ankieta zawierała 9 pytań – 3 pytania otwarte i 6 zamkniętych. Informacje pozyskane za pomocą narzędzia dotyczą postrzegania idealnego wyglądu kobiecego ciała, określonego na podstawie pytań o znane piosenkarki i aktorki, w odniesieniu do ich twórczości oraz elementów wizerunku. Ponadto ankieta badała ważność wyglądu przy kontakcie z innymi, wzrost i wagę idealnej dziewczyny, określiła stosunek chłopców do konieczności odchudzania się, a także znajomość pojęcia „dieta” i innych aspektów związanych z tym pojęciem.

## Analiza wyników badań

W pierwszych dwóch pytaniach badani adolescenti mieli wybrać lub podać samodzielnie, które ze znanych aktorek/piosenkarek podobają się im najbardziej. Wyniki ich wyborów przedstawia wykres poniżej.



Wykres 1. Preferencje chłopców dotyczące przedstawicielek kultury popularnej

Źródło: Opracowanie własne

Najbardziej atrakcyjną piosenkarką była amerykańska wokalistka pop/ R'n'B Rihanna (22 wybory, 43% odpowiedzi), na drugim miejscu sklasyfikowana została szwedzka wokalistka pop/dance September (18 wyborów, 35% odpowiedzi), na trzecim aktorka i piosenkarka Jennifer Lopez oraz przedstawicielka polskiej muzyki pop-rock Dorota Rabczewska „Doda” (po 15 wyborów, 29% udzielonych odpowiedzi).

Według osób badanych (25 wyborów, 49% odpowiedzi) najistotniejszymi elementami wizerunku decydującymi o wyborach poszczególnych piosenkarek i aktorek są: działalność artystyczna i sylwetka (w znaczeniu fizycznym), dalej znalazła się kategoria „twarz” (22 odpowiedzi, 43% respondentów) oraz „sposób ubierania się” (13 odpowiedzi i 25% respondentów).



Rysunek 2. Elementy stanowiące najistotniejszą część wizerunku

Źródło: Opracowanie własne

Odpowiedzi na pytanie „Ile powinna mierzyć i ważyć idealna dziewczyna?” pozwoliły uzyskać uśrednione wyniki badanych parametrów, na podstawie których określono wartość współczynnika BMI<sup>1</sup>. Szczegóły prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Średnie wartości wybranych wskaźników sylwetki w ocenie respondentów

Idealny wzrost	Idealna waga	Współczynnik BMI
<b>166,72</b>	<b>47,18</b>	<b>16,82</b>

Źródło: Opracowanie własne

Pytanie „Jak powinna wyglądać idealna dziewczyna?” poddano analizie jakościowej. Cechy idealnej dziewczyny w odpowiedziach osób to: „szczupła”, „zgrabna” i „ładna”, ale także „mądra”, „inteligentna” i „wysportowana”.

Na pytanie o rolę wyglądu przy poznawaniu nowych osób, respondenci mieli do wyboru trzy odpowiedzi. 24 osoby badane (48%) stwierdziły, że wygląd jest dla nich ważny, 16 badanych (32%) nie potrafiło określić, czy przy poznawaniu nowych osób wygląd odgrywa jakąś rolę, natomiast 10 osób (20%) stwierdziło, że wygląd nie jest ważny. Wyniki przedstawia wykres 3.

<sup>1</sup> BMI (z ang. Body Mass Index) to współczynnik masy ciała, który obliczamy dzieląc masę ciała podaną w kilogramach przez wzrost podniesiony do kwadratu (podany w metrach). Na podstawie tego współczynnika określa się, czy osoba badana ma niedowagę, wagę normatywną, nadwagę czy otyłość.



Rysunek 3. Rola wyglądu przy poznawaniu nowych osób

Źródło: Opracowanie własne

W odpowiedzi na pytanie o konieczność odchudzania się dziewcząt połowa badanych chłopców udzieliła odpowiedzi pozytywnej, 26% taką potrzebę zanegowało, natomiast 24% respondentów nie potrafiło odnieść się do zadanego pytania (wykres 4).



Rysunek 4. Liczba odpowiedzi udzielonych na pytanie „Czy dziewczyny powinny się odchudzać?”

Źródło: Opracowanie własne

Ostatnie 2 pytania dotyczyły pojęcia „diety”. 49 badanych (96%) wiedziało, co oznacza termin „dieta”, 21 z nich (43%) znało chociażby jeden przykład diety, 18 chłopców (37%)

podają konkretną nazwę – w obrębie tych odpowiedzi najpopularniejsze były: dieta wegetariańska i niskokaloryczna (odpowiednio 5 i 3 odpowiedzi)

## Wnioski

1. Chłopcy uznają za wzór kobiecego wizerunku uznają najczęściej piosenkarki (Rihanna, September, Jennifer Lopez czy Doda), a w swoich preferencjach kierują się w równym stopniu wyglądem i działalnością artystyczną.
2. Preferowane przez chłopców wybrane wskaźniki sylwetki pozwalają stwierdzić, na podstawie określenia uśrednionego współczynnika BMI, że obraz idealnej dziewczyny mieści się w przedziale skrajnej niedowagi (wychudzenia) [8]. Jednakże z analizy jakościowej można zauważyć, że chłopcy w tym wieku być może słabo orientują się co do proporcji wzrost/waga, dlatego uzyskany wynik BMI wymaga dalszych weryfikacji badawczych.
3. Określając wizerunek idealnej dziewczyny badani chłopcy w pierwszej kolejności wymieniają cechy fizyczne dotyczące sylwetki (szczupła, zgrabna), dopiero w dalszej kolejności znalazły się inne cechy.
4. Niemal połowa badanych (48%) uważa wygląd za istotny przy poznawaniu nowych osób.
5. Połowa badanych twierdzi, że dziewczęta powinny się odchudzać.
6. Uczniowie znają pojęcie diety, a znaczna część badanych (43%) zna przynajmniej jeden przykład diety.
7. Wygląd odgrywa istotną rolę w postrzeganiu drugiej osoby, o czym świadczy zarówno jego rola przy zawieraniu nowych znajomości, jak i czynniki decydujące o idealnym wizerunku postaci medialnych.
8. Prezentowane społeczne oczekiwania kobiecej atrakcyjności, wyrażane przez idealny obraz kobiety w zakresie np. wzrostu czy wagi, mogą być źródłem zagrożeń wystąpienia zaburzeń odżywiania w przypadku chęci sprostania tym oczekiwaniom przez młode kobiety.

Piśmiennictwo:

1. Kaschack E.: Nowa psychologia kobiety. GWP, Gdańsk 2001, 98-114.
2. Kochan-Wójcik M., Małkiewicz E.: Wizualne mass media a wizerunek własnego ciała u dorastających dziewcząt – przegląd literatury. Psychologia rozwojowa 2003, 2-3, 9-17.
3. Melosik Z.: Młodzież i styl życia: paradoksy pop-tożsamości, [w:] Młodzież, styl życia i zdrowie. Konteksty i kontrowersje, Z. Melosik (red.), Wydawnictwo WOLUMIN, Poznań 2001, 11 - 59.
4. Mulvey K., Richards M.: Kanony piękna. Zmieniający się wizerunek kobiety 1890-1990. Arkady, Warszawa 1998.
5. Sęk H.: Wprowadzenie do psychologii klinicznej. Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2001, 83 - 127.
6. Strzelecka M., Cybulski M., Strzelecki W.: Kampanie i reklamy społeczne a jadłowstręt psychiczny – przegląd serwisów internetowych zawierających treści pro- i antyzdrowotne, [w:] Zarządzanie zdrowiem publicznym w obliczu zagrożeń cywilizacyjnych, M.D. Głowacka (red.), Poznań 2006, 43-52.
7. Strzelecki W. i wsp.: Zmiana wizerunku medialnego kobiety a zaburzenia odżywiania we współczesnym świecie. Now. Lek. 2007, 76 (2), 173-181.
8. Szczeklik A.: Choroby wewnętrzne. Przyczyny, rozpoznanie i leczenie. Tom I. Wydawnictwo Medycyna Praktyczna, Warszawa 2005.