

19/2018

DYSKURSY
MŁODYCH
ANDRAGOGÓW

ROCZNIK

UNIwersytet Zielonogórski
Zielona Góra 2018

RADA NAUKOWA

Agnieszka Bron, Rob Evans, Wiltrud Gieseke, Solveig Haring, Bogdan Idzikowski,
Larissa Jögi, Józef Kargul, Mieczysław Malewski, Ewa Narkiewicz-Niedbalec, Steffi Robak,
Ewa Maria Skibińska, Ewa Solarczyk-Ambrozik, Helga Stock, Camilla Thunborg



ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Małgorzata Olejarz (redaktor naczelny)
Sylvia Słowińska (sekretarz redakcji)
Emilia Paprzycka, Sylwia Słowińska, Rob Evans, Ewa Kurantowicz (redaktorzy tematyczni)
Edyta Mianowska (redaktor statystyczny)

LISTA RECENZENTÓW

www.dma.wpps.uz.zgora.pl

REDAKCJA JĘZYKOWA

Beata Szczeszek

KOREKTA

Izabela Bohdanow

KOREKTA TŁUMACZEŃ

Rob Evans, Małgorzata Gąsiorowska-Sawka

REDAKCJA TECHNICZNA

Anna Strzyżewska

Wersja papierowa rocznika jest wersją pierwotną.
Elektroniczna wersja czasopisma dostępna jest na stronie:
www.dma.wpps.uz.zgora.pl

© Copyright by Uniwersytet Zielonogórski
Wydział Pedagogiki, Psychologii i Socjologii
Zielona Góra 2018

ISSN 2084-2740

OFICyna WYDAWNICZA UNIwersYTETU ZIELONOGÓRSKIEGO

65-246 Zielona Góra, ul. Podgórna 50, tel./faks (68) 328 78 64
www.ow.uz.zgora.pl, sekretariat@ow.uz.zgora.pl

Julita Czernecka*

ROLA WYGLĄDU I ZNACZENIE ATRAKCYJNOŚCI W ŻYCIU STARSZYCH KOBIET

Współczesna kultura, szczególnie ta opierająca się na wartościach transmitowanych przez kraje zachodnie, oparte w głównej mierze na indywidualizmie i konsumpcjonizmie, nadal silnie propaguje kult młodości i atrakcyjności ciała jako atutów, które pozwalają osiągnąć w tym świecie szeroko definiowany sukces – zawodowy, towarzyski, osobisty. Granice rozumienia młodości, wieku średniego i starości też stają się płynne. Nie trzeba być młodym metrykalnie, wystarczy młodo wyglądać, by inni nas postrzegali jako osoby młode (Malinowska i in. 2017). I choć starzenie się jest procesem nieuniknionym, powszechnym, dotyczącym wszystkich, wydaje się, że „młodość to stan cielesny, który trwa dopóty, dopóki ciało wygląda na młode” (Tyska 1999, s. 62-63). Społeczeństwa zachodnie promują młodość jako istotną wartość, pozbawiając tym samym starości przywilejów, związanych z utratą atrakcyjności fizycznej (Paluch 2000). Szczególnie w przypadku kobiet ma to istotne znaczenie, ponieważ one tradycyjnie kojarzone są bardziej z cielesnością, ze swoim wyglądem i silniej się z nim identyfikują przez całe życie niż mężczyźni.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie analizy wyników badań na temat znaczenia, jakie starsze kobiety przypisują wyglądowi, to, w jaki sposób same siebie oceniają i jak rozumieją pojęcie atrakcyjności. Tekst powstał na podstawie wyników badań prowadzonych w ramach projektu „Kulturowe koncepcje płci i wieku, a postawy kobiet i mężczyzn wobec swego zdrowia i wyglądu” finansowanych przez Narodowe Centrum Nauki i prowadzonych w zespole pod kierownictwem profesor Ewy Malinowskiej w Zakładzie Socjologii Płci i Ruchów Społecznych Uniwersytetu Łódzkiego. Badania obejmowały analizę oczekiwań i postaw wobec wyglądu i zdrowia kobiet oraz mężczyzn w trzech kategoriach wiekowych: młodych (18-37 lat), w wieku średnim (38-62 lata) i starych (powyżej 63 lat). Przedziały wiekowe zostały określone na podstawie wyników sondażu CBOS, w którym pytano Polaków, „kiedy kończy się młodość, a zaczyna wiek dojrzały i starość” (CBOS 2012).

Badania miały charakter jakościowy. Analizowany materiał w tym artykule pochodzi z 15 wywiadów swobodnych przeprowadzonych z kobietami w wieku powyżej

* **Julita Czernecka**, dr – Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Katedra Socjologii Struktur i Zmian Społecznych; email: julita.czernecka@uni.lodz.pl.

63 lat oraz dwóch zogniskowanych wywiadów grupowych prowadzonych z paniami w tej samej kategorii wiekowej (18 kobiet). Wszystkie uczestniczki badania mieszkały w dużym mieście (pow. 500 tys. mieszkańców) oraz miały wykształcenie średnie lub wyższe oraz podobny status ekonomiczny.

Badania te analizowały m.in. postawę wobec wyglądu w odniesieniu do trzech jej komponentów: poznawczego, emocjonalno-oceniającego oraz behawioralnego. Przyjęto następującą definicję postawy:

Postawą pewnego człowieka wobec pewnego przedmiotu jest ogół względnie trwałych dyspozycji do oceniania tego przedmiotu i emocjonalnego nań reagowania oraz ewentualnie towarzyszących tym emocjonalno-oceniającym dyspozycjom względnie trwałych przekonań o naturze i własnościach tego przedmiotu i względnie trwałych dyspozycji do zachowania się wobec tego przedmiotu (Nowak 1973, s. 23).

Niniejszy tekst będzie obejmował część komponentu poznawczego odwołującego się do tego, jakie znaczenie kobiety w starszym wieku przypisują wyglądowi, jakie są kryteria atrakcyjności w odniesieniu do kobiet oraz czy pamiętają sytuacje, w których wygląd odegrał określoną rolę w ich życiu. A także element komponentu afektywnego postawy wobec wyglądu dotyczącego tego, w jaki sposób respondentki oceniają swój wygląd.

Analizowany materiał opiera się na podejściu *gender aged*, czyli upłciowionym wieku, w którym kobiecość i męskość jest analizowana nie tylko w kontekście określonych ról społecznych, cech osobowości, pożądanых cech wyglądu, ale także w odniesieniu do wieku – młodości, wieku średniego i starości. Mówiąc inaczej, „płeć kulturowa się starzeje” w obrębie każdej płci. W związku z tym inne są kulturowe oczekiwania wobec kobiet młodych, inne wobec tych w średnim wieku czy starych.

W koncepcji niniejszych badań patriarchalne definicje kobiecości i męskości pełniły funkcję kategorii analizy. Oprócz ról społecznych i cech osobowości trzecim elementem w strukturze kulturowego konstruktu płci jest wygląd. Pozycja społeczna mężczyzny (będącego w koncepcjach patriarchalnych dominującym) praktycznie nie zależy od jego wyglądu tylko innych cech. Natomiast pozycja społeczna kobiety (zdominowanej) w znacznej mierze zależy od jej wyglądu, który wpisuje się w obowiązujący w danej kulturze kanon. Cechy wyglądu kobiety odnoszą się do zdolności reprodukcyjnej, uroda stanowi rodzaj kapitału (który można potem zamienić na odpowiednią pozycję społeczną męża/partnera). Dlatego wygląd w przypadku kobiet ma tak duże znaczenie. I choć ideały urody się zmieniają na przestrzeni czasu, to kobiety nadal postrzegają swój wygląd jako jeden z głównych swoich zasobów. Najczęściej kobieta jest opisywana jako ładna, mająca wdzięk i urok osobisty, delikatna, sprawiająca wrażenie zadbanej i schludnej (Mandal 2003; Giza-Poleszczuk 2004; Miluska 2008; Majcher 2012).

Kryteria atrakcyjności

Wygląd jest jednym z podstawowych źródeł informacji o drugim człowieku (Etcoff 2002; Jakubowska 2009). Tę opinię podzielają także uczestniczki niniejszego badania. Ich zdaniem, jeśli kogoś uważamy za atrakcyjnego, zadbanego, schludnego, to częściej taką osobę uważamy za godną zaufania i obdarzamy sympatią niż w przypadku, kiedy kogoś uznajemy za osobę nieatrakcyjną, niechlujną, niezadbaną.

Jeśli mówimy o kryteriach atrakcyjności kobiet, wskazywanych przez najstarsze uczestniczki badania, to jednym z najczęściej wymienianych aspektów był odpowiednio dobrany strój i dodatki. Bycie atrakcyjnym to wyróżnianie się na tle innych, a najlepiej – ich zdaniem – zrobić to, gustownie się ubierając, dbając o klasę i elegancję, szykowność i właściwą kompozycję „całości”: *„Ładnie dobrane ubranie pod kolor włosów, żeby to dodawało takiej całości, ładne buciki, ładnie zadbane nogi, torebeczka ładna – to jest dla mnie elegancka kobieta, która zwraca na siebie uwagę, żeby być atrakcyjną musi zwracać na siebie uwagę, a żeby zwrócić na siebie uwagę, to musi mieć te atuty, o których mówiłam”* (KST_2_64)¹. Strój powinien stanowić całość dopasowaną do sylwetki kobiety, kolorystyka odzieży i akcesoriów dobrana do typu urody i koloru włosów. Pojawiały się opinie przypisujące dużą rolę ubierania się zgodnie z trendami, „na czasie”, nowoczesnie, a nie w rzeczy, które towarzyszą nam od wielu sezonów, a nawet dekad.

Kolejnym elementem świadczącym o atrakcyjności kobiety jest szczupła sylwetka i zgrabna figura. Starsze respondentki uważały, że nie można być atrakcyjnym, mając nadwagę: *„Na pewno za atrakcyjną kobietę nie będę uważała taką, która waży więcej, niż powiedzmy 90-100 kilogramów”* (KST_5_67), *„Elegancka przystojna kobieta, nie tęga, nie gruba, nie zaniedbana, żeby tam nie zwisało jej nic”* (KST_10_71). Dla niektórych ważny był także wysoki wzrost, co stoi w sprzeczności z tradycyjnie pojmowaną definicją kobiecej atrakcyjności, która powinna być raczej niewysoka, średniego wzrostu (wysoki wzrost bowiem jest zarezerwowany dla mężczyzn). Być może rynek mody oraz funkcjonowanie określonego kanonu wyglądu modelek wpłynęły na takie opinie. Niewiele wypowiedzi dotyczyło samej twarzy: *„Atrakcyjna kobieta jest ładna, ma ładne włosy, ładną buzię”* (KST_7_70). Częściej panie skupiały się na roli makijażu, jako jednym z kryteriów, które mają wpływ na ocenę kobiety jako atrakcyjnej bądź nie. Podstawą udanego „make-upu” jest jego naturalność, delikatność, dyskretność – jednym słowem musi być umiarkowany: *„Zadbana, w tym sensie, że musi mieć ładnie włosy zrobione, czyli umalowane, a nie z jakimiś odrostami, niewystrzyżona jak strzyga, tylko żeby miała bardzo kobiecą fryzurę, lekki make-up”* (KST_2_64), *„Dla mnie atrakcyjna kobieta to jest taka, która ma dobrze ostrzyżone włosy, delikatny makijaż”* (KST_5_67).

¹ Oznaczenie numeru wywiadu – KST – kategoria kobiet starszych, 2 – numer wywiadu, 64 – wiek respondentki podany w latach.

Ważnym atrybutem atrakcyjności oprócz makijażu były włosy – ich kondycja, zadbanie, a także modna fryzura: „[Dobra fryzura to – przyp. autorki] *taka, która zawiera powiedzmy elementy obowiązującej mody. Elementy, bo nie wszystko, nie stricte, dokładnie taka, jaka jest lansowana. Największym błędem jest to, że niektóre kobiety noszą fryzurę z czasów swojej młodości, bo wtedy były piękne i młode, fryzura była dla nich wtedy ta konkretna, fantastyczna. I uwierzyły w to, że całe życie tak będzie. Ale to trzeba po prostu zmieniać*” (KST_4_66). Dla starszych kobiet atrakcyjność była utożsamiana także z ogólnym zadbaniem o siebie, czystością i schludnością, „byciem pachnącą”, używaniem codziennie określonych kosmetyków pielęgnacyjnych. W wywiadach fokusowych również pojawiły się opinie, że bycie atrakcyjną w starszym wieku oznacza przede wszystkim dbanie o siebie w tym obszarze wizualnym. Panie mówiły o doborze ubrania, ułożonej fryzurze (włosy siwe też mogą być atrakcyjne), zrobionym manicure, dbaniem o linię oraz o wygląd zębów (FGI_5_ KST)².

Najstarsze uczestniczki badania w swoich wypowiedziach na temat kanonu atrakcyjności odnoszącego się do kobiet, z jednej strony, wskazywały na to, że wygląd kobiety to pewien projekt, który się planuje, aranżuje. Strój, dodatki, fryzura mają do siebie nawzajem pasować, ale i wpisywać się w obecnie panujące trendy mody. Wydawałoby się, że można to odnieść do pewnego modelu kobiecego wyglądu, który można stosować niezależnie od wieku. To także naturalny, niezbyt mocny (niewyzywający) makijaż, który ma podkreślać atrybuty urody. Z drugiej strony pojawiają się wypowiedzi wpisujące się w ogólnie promowany przez środki masowego przekazu ideał kobiecego wyglądu – jak smukłość, szczupłość sylwetki, wysoki wzrost. Żadna z kobiet biorących udział w badaniu w tej kategorii wiekowej nie wymieniła wprost młodości jako atrybutu atrakcyjnego wyglądu. Choć jedna z pań podczas wywiadu fokusowego wspomniała o tym, że w ich wieku bycie atrakcyjnym to też widoczność „resztek” dawnej urody, jej pozostałości w rysach twarzy (FGI_6_ KST).

Co ciekawe, atrakcyjność kobiety nie jest postrzegana przez respondentki tylko i wyłącznie w kontekście urody i samego wyglądu, ale jest związana także z określonymi cechami osobowości, takimi jak bycie sympatycznym, przyjaznym, życzliwym, inteligentnym. Częściej poruszano ten temat podczas dyskusji prowadzonej w ramach grup fokusowych. Panie zastanawiały się nad tym, jak zdefiniować słowo atrakcyjna. W jednej z grup stwierdzono, że atrakcyjność to nie sam wygląd, ale „coś więcej”, co wiąże się z wiekiem, bardziej ze starością niż młodością (młode kobiety były określane jako śliczne, ładne). To również bycie miłym, pogodnym i uśmiechniętym, ale także z dojrzałością utożsamioną ze spokojem, byciem stanowczą, pewną siebie, o ciekawej,

² FGI oznacza zogniskowany wywiad grupowy (Focus Group Interview), 5 – numer wywiadu. W skrótach będą się pojawiały jeszcze na końcu oznaczenia FGI_6_KST_K7, gdzie K7 to numer nadany uczestniczkę badania, KST – oznacza kobiety starsze.

nietuzinkowej osobowości (FGI_5_KST). Można wskazać w tym miejscu teorię kapitału erotycznego Catherine Hakim (2010), która to właśnie wskazuje, że atrakcyjność przez wiele osób jest rozumiana szerzej, nie tylko w wymiarze fizycznym, jak piękno twarzy i jej symetryczność czy styl ubierania się, makijaż, fryzura, biżuteria. To również urok i wdzięk, *sex appeal*, pozytywna energia, „bycie duszą towarzystwa”, czyli właśnie przejawianie oznak zainteresowania innymi, wykazywanie się empatią, zrozumieniem, życzliwością, byciem sympatycznym i miłym (Hakim 2010).

Samoocena wyglądu

Uczestniczki badania były także pytane o to, jak one same oceniają swój wygląd. Warto zauważyć, że w tej kategorii wiekowej kobiety dość często wyrażały opinie raczej pozytywne na swój temat lub neutralne. Pozostałe uważały się za osoby o „przeciętnej urodzie”, „o normalnym wyglądzie”, które „nie wyróżniają się z tłumu”. Kobiety, bardzo często dokonując samooceny wyglądu, robiły to w kontekście swojego wieku, momentu życia, w którym obecnie się znajdują, odnosiły się także do swojej młodości. Kilka niezadowolonych ze swojego wyglądu koncentrowało swoje uwagi na samym procesie starzenia się, który powoduje utratę atrakcyjności.

Te z nich, które oceniły się jako atrakcyjne, odnosiły się często do działań, jakie podejmują na rzecz uatrakcyjnienia wyglądu, czyli dbania o siebie, o swoją urodę, strój, makijaż, czy też działań zmieniających ich wygląd. To wybrane wypowiedzi na ten temat: *„Ja bym siebie opisała bardzo pozytywnie, bo tak jak mówię, dbam o siebie, o codzienny swój wygląd, nie wyjdę nieuczesana na ulicę, muszę mieć zrobiony manicure, żeby te ręce były zadbane, żeby było widać, że się dba, więc określam się pozytywnie”* (KST_2_64), *„W tej chwili, jeżeli chodzi o mój wygląd, to mogę powiedzieć, że jestem zadowolona w sensie takim, że udało mi się schudnąć 8 kilogramów i się dobrze czuję, lekko się czuję”* (KST_5_67). Kilka z nich zaznaczyło wyraźnie, że nie mają żadnych kompleksów i dobrze się ze sobą czują. Dwie z nich, mówiąc o swojej atrakcyjności, nawiązały do nieprzeciętnie młodego wyglądu *„jak na swój wiek”* (KST_2_64). Jedna stwierdziła, że z tego powodu w przeszłości nawet ją dyskryminowano, a teraz cieszy się, że wygląda młodziej niż jej rówieśniczki (KST_6_69).

Część kobiet opisywała się jako przeciętna, normalna lub taka, która nie jest ani atrakcyjna, ani nieatrakcyjna – jak to jedna z nich ujęła *„jestem taka – pół na pół”* (KST_1_64). Kobiety, dokonując samooceny wyglądu, wskazywały, że jest ona zależna od samopoczucia w danej chwili. Jeśli było ono dobre, badane lepiej się oceniały, bardziej się sobie podobały, mówiąc o „gorszych chwilach”, na ogół dezaprobowały swój wygląd: *„To boli, tamto boli, chodzę połamana, a to wpływa na samopoczucie i na wygląd”* (KST_12_84), *„Tu nie powiem tego [że jestem atrakcyjna – przyp. autorki],*

bo po prostu teraz coś czuję, że jest coraz słabiej” (KST_4_66). Badane nawiązały także do samooceny, która zmieniała się w trakcie życia. Swoją młodość oceniły jako atrakcyjniejszą – uważały, że były szczuplejsze, ładniejsze, bardziej się innym podobały niż obecnie. Mówiły także o procesach zmian zachodzących w ciele, nie tylko tych trwałych, jak pojawienie się siwizny, zmarszczek, zwiększenie wagi ciała, ale także tych czasowych, wpływających na zmiany pojawiające się w danym dniu (np. „worki” pod oczami po nieprzespanej nocy, opuchlizna itp.). Tylko jedna respondentka w zdecydowany sposób oceniała się jako nieatrakcyjną. W swojej wypowiedzi nawiązała do tego, że skoro przez bardzo długi czas nie może znaleźć partnera, to znaczy, że nie jest atrakcyjna (KST_8_70).

Kobiety nie tylko wyrażały swoje zadowolenie lub niezadowolenie z wyglądu, ale także podkreślały wpływ innych osób na opinie dotyczące własnej samooceny. Dotyczył on zarówno przytaczania cudzych opinii na swój temat, jak i porównywania się do osób pozostających w bliskim otoczeniu respondentek. Innym istotnym aspektem była konfrontacja cudzych opinii na temat oceny ich wieku – na ogół wypadająca na ich korzyść, ponieważ były postrzegane jako dużo młodsze, niż wskazywała na to ich metryka. Porównywały swój wygląd do wyglądu innych kobiet w tym samym wieku i przyznawały, że wglądają atrakcyjniej niż one: *„Nie wiem, myślę, że porównuję się z rówieśnikami i uważam, że wyglądam całkiem ok, jak na mój wiek, porównywalnie”* (KST_8_70), *„Jak patrzę na koleżanki, to mi się mniej podobają niż ja sama sobie”* (KST_10_71). Kolejnym aspektem wymienianym przez badane był upływ czasu (ocena wyglądu zmieniająca się wraz z wiekiem) oraz sytuacje życiowe różnego typu. Kobiety dostrzegały, że proces starzenia się niesie ze sobą nieuniknione zmiany fizjonomiczne, takie jak wiotczenie skóry, opadające powieki, zmiany w rysach twarzy. Tylko jedna z respondentek zwróciła uwagę na to, że jej stopień atrakcyjności zależy też od okoliczności, od tego, czy czuje się wypoczęta, czy dba o skórę intensywniej, kupuje lepsze kremy, choć dodała, że mimo takich zabiegów *„czasu się i tak nie oszuka”* (KST_4_66).

Sięgając do literatury przedmiotu, trudno o znalezienie jednoznacznego wyjaśnienia, skąd u starszych czy starzejących się kobiet wynika taka, a nie inna subiektywna ocena dotycząca wyglądu. Wyniki różnych badań niejednokrotnie są wobec siebie sprzeczne i trudno na tej podstawie wyciągać jednoznaczne wnioski (Głębocka 2009; Wiśniewska 2014). Z jednej strony daje się zauważyć spadek zadowolenia z wyglądu starzejącego się ciała, z drugiej strony widoczny jest wzrost satysfakcji z niego, wyjaśniany bardziej realistycznymi oczekiwaniami kobiet starych wobec siebie (Wiśniewska 2014).

Znaczenie wyglądu

Atrakcyjny wygląd jest postrzegany przez prawie wszystkie uczestniczki badania jako rodzaj kapitału, który można zamienić na sukces zawodowy bądź ten na rynku matrymonialnym – jednym słowem mówiąc, mieć korzystny wpływ na ważne dla siebie sytuacje życiowe. Powody, dla których wygląd jest ważny dla respondentek, podzielono na dwie główne kategorie: wygląd jest ważny ze względu na „samą siebie” oraz ze względu na „innych ludzi”. Oczywiście, wiele pań uważało, że obie te rzeczy są równie istotne. Kobiety zwracają uwagę przede wszystkim na wpływ, jaki wygląd ma na ich samopoczucie, samoocenę czy stopień zadowolenia z życia: „*Po prostu się z tym dobrze czuję. Jak mam wyjść z domu i mam dokądś pójść, jeżeli jestem dobrze ubrana, mam świeże włosy i dobre buty, ja się czuję dobrze*” (KST_4_66), „*Ważny jest dla mnie, bo ja się wtedy czuję taka pewna*” (KST_3_65). Również w wywiadach fokusowych pojawiały się podobne opinie: „*Jeżeli ubiorę się tak, że akceptuję siebie – czuję się młodziej, lepiej, chce mi się wyjść z domu, coś poznać*” (FGI_5_KST_K7)³, „*Czuję się 10 lat młodsza, jak zrobię sobie pedicure, wygołę się wszędzie, gdzie trzeba, to czuję, że żyję*” (FGI_5_KST_K6), „*Ja się lubię sobie podobać i innym, przyjemnie się ze sobą czuję*” (FGI_5_KST_K2).

W tym drugim aspekcie, respondentki, mówiąc o znaczeniu wyglądu w kontekście innych osób, nawiązywały do oceny społecznej czy społecznej akceptacji, a także komunikacji interpersonalnej. Wygląd jest pierwszym elementem, który poddawany jest ocenie podczas kontaktu z innymi ludźmi: „*Jak na Ciebie patrzę, to oceniają Ciebie po wyglądzie*” (KST_7_70), „*Człowiek schludny, jak ja mówię, to jak ktoś zagada, spotkać się z kimś, to zawsze inaczej patrzą ludzie. Tak jak to przysłowie: jak Cię widzą, tak Cię piszą*” (KST_14_85). Także w jednej z grup fokusowych pojawiła się dyskusja na temat tego, że wygląd ma znaczenie ze względu na kontakty z innymi ludźmi. Kiedy jest się elegancko ubranym, a do tego cechuje się wysoką kulturą osobistą, pogodnym usposobieniem, uśmiechem, wtedy to pomaga, szczególnie poprzez wzbudzanie zaufania. Kiedy „*wygląd jest bardziej nieprzyjemny, to człowiek się też odsuwa*” (FGI_6_KST_K7). Panie z tej grupy fokusowej przyznały także, że wyglądem można manipulować i uzyskiwać określone cele (czasem także oszukując innych). Uczestniczki drugiej z grup przyznały, że dbanie o atrakcyjny wygląd pomaga w załatwianiu różnych spraw. Nadmieniły, że w ich wieku oprócz ogólnego zadbania o fryzurę, eleganckie i schludne ubrania oraz dodatki, a także zadbane dłonie, ważne są także kolory stroju, szczególnie jasne, które „*wyzwalają radość życia*” (FGI_6_KST). Jedna z uczestniczek sesji wprost przyznała, że „*jak się założy różową bluzkę, to się wszystko załatwi*” (FGI_6_KST_K6).

³ K7 – numer nadany uczestniczce badania.

Panie, które brały udział w indywidualnych wywiadach, zostały zapytane także o to, czy pamiętają jakieś sytuacje ze swojego życia, w których wygląd im pomógł lub im w czymś przeszkodził. Większość z nich odniosła się do swoich pozytywnych doświadczeń. Tylko jedna powiedziała o negatywnych skutkach spowodowanych przez jej wygląd. O wpływie wyglądu mówiono w kontekście życia osobistego, towarzyskiego, funkcjonowania w pracy zawodowej, a także w codziennego załatwiania różnych spraw. Ogólnie badane były przekonane, że atrakcyjny, zadbany wizerunek rodzi w innych pozytywne reakcje. Ludzie są bardziej uprzejmi, życzliwsi, chętniej pomagają bezinteresownie, traktują z szacunkiem i powagą: *„Wygląd mi zawsze pomagał, całe życie mi pomagał, z tego się cieszyłam, odbierałam siebie pozytywnie i mnie odbierano też pozytywnie, mój wygląd mi pomagał w załatwianiu wszystkich spraw w życiu, z czego jestem zadowolona i to się sprawdza do tej pory, nie miałam nigdy takiej sytuacji, żeby ktoś mi dał odczuć, że nie będzie ze mną rozmawiał czy coś, zawsze nawiązując ze mną takie pozytywne kontakty. [...] Wydaje mi się, że uroda podkreślona tymi wszystkimi rzeczami, o których mówiłam, czyli ubiór, to oko podmalowane, ten make-up, ta fryzura, ubranie, to wszystko [wpływało pozytywnie – przyp. autorki]”* (KST_2_64), *„Dobry wygląd ułatwia życie. To jestem o tym absolutnie przekonana, czy w staraniach o pracę, czy w rozmowach takich, czy również w relacjach z ludźmi, absolutnie pomaga”* (KST_8_70).

Wygląd wzbudzał sympatię i pozytywne nastawienie innych ludzi w pracy, a także pomagał respondentkom w osiąganiu określonych celów zawodowych, awansów czy otrzymywaniu propozycji zawodowych. To jedna z obszerniejszych wypowiedzi na ten temat: *„Jak jeszcze pracowałam na etatach w przemyśle, to tam musiałam być szczególnie ubrana dobrze, bo byłam tym projektantem i na mnie wszyscy patrzyli. Ja nie mogłam wyglądać źle, prawda. I były takie sytuacje, kiedy wyglądałam dobrze, ale czasami wyglądałam bardzo dobrze i to się przekładało na przebieg sytuacji. Bo ja czułam, że jestem dobrze odbierana. A to daje poczucie pewności siebie, człowiek się inaczej czuje, że jest dobrze postrzegany w danym momencie”* (KST_4_66).

Inne badane mówiły o swoich doświadczeniach przez pryzmat życia osobistego, tego, że ich wygląd wzbudzał zainteresowanie płci przeciwnej, a dokładniej ułatwił znalezienie partnera życiowego: *„Przed wszystkim mój mąż, jak mnie zobaczył, to wiedział, że tylko ja i żadna inna. Wtedy mnie rozpoznał jako osobę o smutnym spojrzeniu i to go zaintrygowało, chociaż szczerze mówiąc, ja byłam troszkę zaskoczona. Natomiast mam w sobie coś takiego, co przyciąga ludzi, mianowicie... może to każda kobieta ma, że patrzę na ludzi z troską, że obchodzi mnie człowiek, którego spotykam, że mój wzrok nie omiata tę osobę od góry do dołu, tak powiedzmy obojętnie, ale staram się w każdym znaleźć człowieka”* (KST_5_67), *„Jak poznałam mojego narzeczonego, to zawsze mówił to, że się śmiałam dużo, to go jakoś tak urzekło, że oczy mu się moje podobały, że taka prosta byłam, że szczupła byłam, że sprawna taka fizycznie”* (KST_7_70).

W wypowiedziach kobiet pojawiły się wzmianki o tym, że pozytywna reakcja na ich wygląd wiąże się także z tym, że nie wyglądają na swój wiek. Jedna z nich przyznała, że jest nazywana „mamą swojego wnuczka” i sprawia to jej dużą przyjemność, to przypisanie jej innej roli społecznej w tym kontekście (KST_3_65). Druga zauważyła, że często ludzie nie ustępują jej miejsca w przychodni lub w tramwaju, bo mówią: „o pani to jeszcze nie taka stara”, a ona ma skończone 86 lat. Regularnie chodzi do fryzjera, tleni włosy i robi trwałą ondulację, kiedy gdzieś wychodzi, maluje usta, ubiera się – jej zdaniem – sztywno i gustownie. Chodzi w sposób sprężysty, jej postawa jest wyprostowana i kiedy mówi innym, ile ma lat, „ludzie nieustanie się dziwią” (KST_14_86).

Tylko jedna kobieta zadeklarowała, że były sytuacje, w których zbyt atrakcyjny wygląd utrudnił jej relacje towarzyskie: „Czy wygląd mógł mi przeszkodzić? Myślę, że w kontaktach z niektórymi kobietami. Przeszkadzał mi z tego względu że, no właśnie, że jestem osobą, na którą się zwraca uwagę, a to może się komuś nie podobać, zwłaszcza jak jestem w towarzystwie osób, które są młodsze ode mnie, znacznie młodsze i też by chciały żeby na nie zwrócić uwagę” (KST_5_67). Opowiedziała o sytuacji, w której jej przystojny znajomy podczas bankietu służbowego to ją prosił w pierwszej kolejności do tańca, a nie jej młodsze koleżanki, co wzbudziło jej zdaniem ich zazdrość i musiała wysłuchać niemiłych komentarzy na ten temat.

Wiele badań potwierdza, że atrakcyjny wygląd przynosi wymierne korzyści osobom, które są nie tylko obdarzone urodą, ale też o swój wygląd szczególnie dbają. Osoby atrakcyjne lepiej zarabiają i szybciej awansują, są uważane za bardziej pomocne, szybciej znajdują partnera (Hamermesh, Biddle 1994). Bohaterki niniejszych badań są tego także świadome, odnosząc się do swoich własnych doświadczeń w różnych obszarach życia. Wskazują w nich nie tylko na przeszłe zdarzenia, które miały wpływ na ich losy, ale także dzisiejsze, codzienne sytuacje, w których ów wygląd nadal odgrywa ważną rolę w kształtowaniu relacji międzyludzkich i wywiera wpływ na innych. To właśnie w tej kategorii wiekowej pojawiły się spostrzeżenia na temat „manipulacyjnej” roli wyglądu, tego, że mimo wieku, tracenia urody fizycznej, zadbany wygląd, strój, makijaż, mogą się przyczynić do osiągania wielu korzyści, nawet tych drobnych, które ułatwiają codzienne funkcjonowanie (np. ustąpienie miejsca w kolejce, zatrzymanie dłużej autobusu przez kierowcę, szybsze załatwienie sprawy w urzędzie). Często ten wygląd – mimo procesu starzenia się – jest przywoływany w kontekście bycia atrakcyjnym dla innych, także (nadal) dla płci przeciwnej. Społeczeństwa zachodnie na ogół deprecjonują starsze kobiety, które są odbierane jako mniej atrakcyjne względem mężczyzn w podobnie zaawansowanym wieku, których dojrzałość jest cechą dodatnią i pożądaną (Sontag 1972; Miluska 1996). Ten atrybut atrakcyjności, zadbania powoduje, że one nadal czują się widoczne dla innych. Brak atrakcyjności powoduje, że stają się „niewidzialne społecznie”.

Refleksje końcowe

Upowszechniony obraz starości nadal jest mocno negatywny. Starość jest brzydka, ponieważ uroda, piękno, atrakcyjność jest atrybutem młodości. W tym obszarze szeroko definiowanych przekazów kulturowych starość wydaje się „nieusprawiedliwiana”, aby pasować do współczesnego świata, należy być po prostu młodym. Współczesna kultura zrodziła kult młodości i atrakcyjności, który choć nie dotyczy już tylko kobiet, to jednak ich dotyka szczególnie i nadal najsilniej. W ostatnich latach z pewnością mamy do czynienia z większą różnorodnością kulturowych obrazów kobiet (i mężczyzn) w różnym wieku. Ta pogoń za młodością i atrakcyjnością być może nie jest już „ślepa”, ale nadal mocno obecna. Choć coraz częściej pojawiają się w mediach czy na wybiegach mody modelki seniorki, takie jak m.in. Daphne Selfe, Carmen Dell’Orefice, Helena Norowicz i biorą udział w kampaniach reklamowych, udzielają wywiadów prasowych, to ich wizerunek nadal jest mocno zmieniany, retuszowany. Wyglądają staro i młodo jednocześnie – mają siwe włosy, ale wygładzone policzki i mocne makijaże. Wyglądają nie na 70 czy 80 lat, a na góra 50.

Warto zauważyć, że w świadomości i wypowiedziach starszych kobiet, uczestniczek badania, atrakcyjność nie jest utożsamiana z młodością jako taką, raczej z ogólnym zadbaniem, ułożoną fryzurą, makijażem, odpowiednio dobranym strojem, dodatkami. Jedyny przejaw atrakcyjności, który jest kojarzony z młodością (choć nie wprost), to szczupła sylwetka (w innej części badań kobiety często wskazywały tycie jako jedną z największych zmian w swoim wyglądzie w procesie starzenia się). Co istotne, atrakcyjność definiują także jako „pogodę ducha”, towarzyskość, serdeczność, otwartość, bycie miłą i sympatyczną, ale także pewną siebie. Być może dlatego niektóre z nich utożsamiają atrakcyjność z dojrzałością, nie tylko z wyglądem, ale też cechami osobowości, pozycją społeczną, doświadczeniem życiowym.

Z pewnością część wypowiedzi potwierdza także to, że starsze kobiety internalizują negatywny obraz starości (szczególnie dotyczącej kobiet) jako tej nieatrakcyjnej, nieprzynoszącej żadnych profitów – i również przez ten pryzmat oceniają swój wygląd. Jednak częściej daje się zauważyć akceptację zachodzących zmian w ciele, starzenia się ciała jako czegoś, co dotyczy wszystkich i jest procesem nieuchronnym (por. Głębocka 2009). Natomiast niewątpliwie nadal postrzegają atrakcyjny, zadbane wygląd jako rodzaj kapitału, dzięki któremu kobieta niezależnie od swojego wieku może osiągać różne cele w wielu obszarach życia. Uczestniczki badania są tego świadome i niektóre tę wiedzę cały czas wykorzystują. Tym wpisują się silnie w patriarchalny model kobiecości, w której by osiągać postawione przez siebie cele, kobiety powinny być ładne, schludne i zadbane. Większość kobiet nadal pozostaje pod dużym wpływem przekonania, że atrakcyjność zewnętrzna, szczególnie w procesie starzenia się kobiet, staje się synoni-

mem bycia nadal widocznymi społecznie. Tym samym umożliwia wpływanie na ludzi, otrzymywanie od nich wielu korzyści i tym samym ułatwianie sobie funkcjonowania w różnych obszarach życia. Jednak to definiowanie przez nie atrakcyjności dotyczy nie tylko samego wyglądu, ale i ujawnionej w swojej postawie życzliwości wobec innych.

Bibliografia

- CBOS (2012), Komunikat z badań: *Polacy wobec własnej starości*.
- Etcoff N. (2002), *Przetrwają najpiękniejsi*, Wydawnictwo CiS, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa.
- Giza-Poleszczuk A. (2004), *W poszukiwaniu „nowego przymierza” wzajemne oczekiwania mężczyzn i kobiet w Polsce*, [w:] *Zmiana czy stagnacja? Społeczeństwo polskie po czternastu latach transformacji*, M. Marody (red.), Wydawnictwo Scholar, Warszawa.
- Głębocka A. (2009), *Niezadowolenie z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
- Hakim C. (2010), *Erotic Capital*, „European Sociological Review”, t. 26, nr 5, s. 499-518.
- Hamermesh D., Biddle J. (1994), *Beauty and the Labor Market*, „The American Economic Review”, t. 84, nr 5, s. 1174-1194.
- Jakubowska H. (2009), *Socjologia ciała*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Majcher M. (2012), *Próba uchwycenia wizerunków płci i ich przemian: Cechy przypisywane kobietom i mężczyznom oraz ich miejsce wśród pożądanых cech Ja*, praca doktorska dostępna online, https://depotuw.ceon.pl/bitstream/handle/item/163/mmajcher%20rozprawa%20doktorska%20finalna_21.01.2013.pdf?sequence=4 [4.01.2018].
- Malinowska E., Dzwonkowska-Godula K., Garncarek E., Czernecka J., Brzezińska J. (2017), *Kulturowe uwarunkowania postaw kobiet i mężczyzn w różnym wieku wobec swego wyglądu i zdrowia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Mandal E. (2003), *Kobiecość i męskość. Popularne opinie a badania naukowe*, Wydawnictwo Naukowe „Żak”, Warszawa.
- Miluska J. (1996), *Tożsamość kobiet i mężczyzn w cyklu życia*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Miluska J. (2008), *Obrazy społeczne grup narażonych na dyskryminację. Uwarunkowania społeczno-demograficzne i psychologiczne*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Nowak S. (1973), *Pojęcie postawy w teoriach i stosowanych badaniach społecznych*, [w:] *Teorie postaw*, S. Nowak (red.), PWN, Warszawa.
- Paluch A. (2000), *Współczesne ciało w dwóch odsłonach*, „Zeszyty Etnologii Wrocławskiej”, nr 1 (2), s. 56-63.
- Sontag S. (1972), *The Double Standard of Aging*, „The Saturday Review”, 9/23, s. 29-38.
- Tyszką P. (1999), *Kupuję nową twarz. O ciele idealnym*, [w:] *Metamorfozy ciała*, D. Czaja (red.), Wyd. Contago, Warszawa.
- Wiśniewska L.A. (2014), *Kult ciała a starość. Refleksje psychologiczne*, „Rocznik Andragogiczny”, t. 21, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń, artykuł dostępny online, <https://repozytorium.umk.pl/bitstream/handle/item/3229/RA.2014.019,Wisniewska.pdf?sequence=1> [4.01.2018].

ROLA WYGLĄDU I ZNACZENIE ATRAKCYJNOŚCI W ŻYCIU STARSZYCH KOBIET

STRESZCZENIE: Współczesna kultura nadal silnie propaguje kult młodości i atrakcyjności ciała, jako atuty, które pozwalają osiągnąć w tym świecie szeroko definiowany sukces – zawodowy, towarzyski, osobisty. Szczególnie w przypadku kobiet ma to istotne znaczenie, ponieważ one tradycyjnie kojarzone są bardziej z cielesnością, ze swoim wyglądem i silniej się z nim identyfikują przez całe życie niż mężczyźni. Celem artykułu jest przyjrzenie się znaczeniu, jakie starsze kobiety przypisują wyglądowi – jak definiują atrakcyjność, w jaki sposób oceniają same siebie w tym względzie, czy dostrzegają sytuacje w swoim życiu, w których wygląd odegrał istotną rolę. Tekst powstał na podstawie wyników badań prowadzonych w ramach projektu „Kulturowe koncepcje płci i wieku, a postawy kobiet i mężczyzn wobec swego zdrowia i wyglądu” finansowanych przez Narodowe Centrum Nauki. Badania realizowano strategią jakościową, techniką wywiadów swobodnych (15) i zogniskowanych wywiadów grupowych (2) z kobietami w wieku powyżej 63 lat. W analizie danych zastosowano perspektywę *gender aged*. Na podstawie badań ustalono, że starsze kobiety internalizują negatywny obraz starości jako tej nieatrakcyjnej, nieprzynoszącej żadnych profitów. Jednak częściej daje się zauważyć akceptację zachodzących zmian w ciele jako czegoś, co dotyczy wszystkich i jest procesem nieuchronnym. Nadal też postrzegają atrakcyjny, zadbane wygląd jako rodzaj kapitału, dzięki któremu kobieta niezależnie od swojego wieku może osiągać różne cele w wielu obszarach życia.

SŁOWA KLUCZOWE: wygląd, atrakcyjność, młodość, starość, ciało, uroda, kobiecość, starsze kobiety, postawy wobec wyglądu.

THE ROLE OF APPEARANCE AND THE IMPORTANCE OF ATTRACTIVENESS FOR ELDERLY WOMEN

SUMMARY: Contemporary culture continues to strongly promote the cult of youth and attractiveness of the body which allows to achieve success in this world – professional, social, personal. This is particularly important in the case of women, because they are traditionally associated more with their appearance and identify with it more strongly throughout their lives than men. The aim of the article is to look at the importance older women attach to appearance – how they define attractiveness, how they judge themselves in this respect, whether they recognize situations in their lives in which appearance has played an important role. The text is based on the results of research conducted within the project “Cultural concepts of gender and age, and attitudes of women and men towards their health and appearance” financed by the National Science Centre. The research was carried out using a qualitative strategy, a technique of free interviews (15) and focused group interviews (2) with women over 63 years of age. The analysis of data is based on the gender aged perspective. Research has shown that older women internalize the negative image of old age as unattractive and unprofitable. However, one can more often notice the acceptance of changes occurring in the body as something that concerns everyone and is an inevitable process. They also still perceive an attractive, well-kept look as a kind of capital, thanks to which a woman, regardless of her age, can achieve various goals in many areas of life.

KEYWORDS: appearance, attractiveness, youth, old age, body, beauty, femininity, older women, attitudes towards appearance.