

**Mariola Bienko\***

## **PIĘKNO STARZEJĄCEGO SIĘ CIAŁA: OCZYWISTY CZY POZORNY WYMIAR WARTOŚCI SPOŁECZNYCH?**

**Abstrakt.** Celem artykułu jest przegląd teorii i badań empirycznych, dotyczących problematyki społecznego oraz subiektywnego obrazu ciała w procesie starzenia. W sferze publicznej panuje powszechne przekonanie, że wraz z wiekiem obniża się atrakcyjność, a według stereotypu starzy ludzie postrzegani są jako „brzydki”. Wobec wyzwania, jakim jest starość, seniorzy dążą do utrzymania pozytywnej oceny swojej fizyczności, zarówno w dziedzinie wyglądu, jak i zdrowia. Nowe pokolenia kończące sześćdziesiąty rok życia ucieleśniają zmiany, wyrażające się w postaci dyskretnego wzrostu wydatków, wyższego poziomu aktywności fizycznej, przywiązywania większej wagi do reżimu diety i kondycji fizycznej oraz częstszego szukania pomocy w obszarze kosmetycznych i odmładzających technologii.

Przeprowadzone analizy wskazały na to, że efekty naturalnego procesu starzenia podlegają społecznej stygmatyzacji. We współczesnym zachodnim społeczeństwie obsesja na punkcie młodzięcego, pięknego wyglądu stała się powszechna, a jej rezultatem są procedury zmierzające do odwrócenia procesu starzenia. Potrzeba estetyzacji ciała i medialne epatowanie pięknem cenzurują starość w wymiarze cielesnym. W artykule szczególną uwagę poświęcono zagadnieniom zróżnicowania płciowego w kontekście starości. O ile można znaleźć liczne przykłady mężczyzn, będących bohaterami kultury masowej, którym „pozwolono” się zestarzeć, o tyle w przypadku kobiet obowiązkowe jest bycie „wiecznie młodą”.

**Słowa kluczowe:** starość, obraz ciała, płeć, piękno, kultura.

### **1. Wstęp**

We współczesnej kulturze, nastawionej w kwestiach cielesności na wąsko rozumianą atrakcyjność fizyczną, objawy starzenia postrzega się jako utratę urody, seksualnej tożsamości, widzialności i społecznego znaczenia. Średni czas trwania życia wydłuża się i, jak dowodzą badania, rośnie populacja starzejących się ludzi, aspirujących do miana osób atrakcyjnych fizycznie. Zmiany określane jako medykalizacja, fragmentaryzacja lub specyficzna dla rozwoju kultury konsumpcyjnej

---

\* Dr hab., Katedra Studiów Rodziny i Patologii Społecznej, Instytut Stosowanych Nauk Społecznych, Wydział Stosowanych Nauk Społecznych i Resocjalizacji, Uniwersytet Warszawski, ul. Nowy Świat 69, 00-927 Warszawa; e-mail: mariola.bienko@gmail.com.

estetyzacja życia codziennego wymuszają dekonstrukcję pojęcia starości. Celem artykułu jest przegląd koncepcji dotyczących problematyki społecznego obrazu piękna ludzkiego ciała w procesie starzenia. Artykuł jest próbą analizy tekstów kultury, blogów i innych doniesień medialnych, koncentrujących się na znaczeniu wizerunku seniorów. Badania empiryczne, których wyniki zostały zaprezentowane w artykule, obrazują, w jakim stopniu społeczno-kulturowy obraz starości stanowić może matrycę dla indywidualnego doświadczania obrazu ciała, ze szczególnym uwzględnieniem zróżnicowania płciowego w tym względzie. W artykule poświęcono uwagę czynnikom determinującym proces negocjowania obrazu starzejącego się ciała w narcystycznej stylistyce sfery eksperckiej. Ważnym zagadnieniem jest kwestia, czy medialny wizerunek osób w starszym wieku określa ich społeczną tożsamość, naznaczoną stereotypem człowieka wykluczonego ze względu na wygląd.

## **2. Kontrowersyjne piękno starości, czyli stara baba oraz lubieżny dziad w literaturze i sztuce**

Wizualny charakter współczesnej kultury i dominująca rola obrazu w kreowaniu społecznej rzeczywistości sprawiają, że jednym z podstawowych wyznaczników statusu oraz tożsamości człowieka staje się jego wygląd zewnętrzny (Featherstone 2008; Jakubowska 2009). Cechy wyglądu, trwale związane z atrakcyjnością fizyczną, powtarzają się we wszystkich kulturach. Są to znamiona dziecięcości u kobiet (duże źrenice, szeroko rozstawione oczy, wystające kości policzkowe, nieduży podbródek i mały nos) oraz sygnały dojrzałości u mężczyzn (mocna linia szczęki, wydatny podbródek, duże oczy oraz mały nos). Wygląd jest jednym z ważniejszych czynników, decydujących o zachowaniu wobec drugiej osoby. Atrakcyjność oznacza siłę przyciągania w sensie społecznym. Uroda jest uniwersalnym elementem ludzkiego doświadczenia, a zarazem rodzajem biologicznej adaptacji, gdyż przyciąga uwagę i skłania do działań, które zapewniają przetrwanie naszym genom. Mężczyzn pociągają miękkie błyszczące włosy i gładka, lśniąca skóra, sygnalizujące zdrowie i potencjał reprodukcyjny kobiety (Pawłowski 2009).

Z jednej strony wydaje się, że istnieje ponadkulturowa zgodność co do uniwersalnych cech, składających się na urodę. Piękno jest cechą obiektywną, wyznaczoną przez doskonałą strukturę, wynikającą z odpowiednich proporcji. Indywidualne preferencje w zakresie atrakcyjności oparte są na estetycznym kryterium barwy, symetrii i harmonii (Eco 2007a). Z drugiej strony, podważa się bezwzględny charakter piękna, twierdząc, że jest to kwestia związana ze specyfiką kulturową danego społeczeństwa. Piękno zawsze podlegało jasno określonym normom, stanowiąc znaczący element kultury, czasu historycznego albo lokalizacji geograficznej. Zgodnie z kulturowymi wzorami życia społecznego, osoby stare

są „przezroczyście”, ich wygląd zewnętrzny w trakcie procesu cywilizacyjnego został wyparty ze sfery publicznej poprzez wprowadzenie granicy, którą jest pojęcie wstydu i estetyki.

Dla starożytnych Greków piękno było niczym dodatkowy zmysł, a uroda stanowiła widoczne świadectwo piękna duchowego. W kulturze europejskiej zjawisku starości towarzyszą postawy ambiwalentne, oscylujące pomiędzy szacunkiem a lękiem. W literaturze starość jest idealizowana, kojarzona z mądrością i cnotą sędziwych bohaterów. Jednocześnie w obrazach lubieżnego dziada, wiedźmy, rajfurki i pijaczki o bardzo szpetnej twarzy figura starego człowieka identyfikowana jest ze śmiercią i rozkładem (B o r o w i c z, P r z y b y l s k a 2010: 50).

Kobiety, bez względu na epokę, żyją pod presją kultu pięknego wyglądu i braku przyzwolenia na starzenie się. Utrwalone jest przekonanie, że kobiece ciała powinny być wiecznie młode, zdrowe, jędrne, gładkie, pozbawione fałd, zmarszczek i jakichkolwiek oznak starości. Niedoskonałe, nieodpowiadające obowiązującym normom estetyki stare ciała znajdują się poza polem widzenia, stają się „niewidzialne” (N e a d 1998: 107; C l a r k 1956: 205). Autorzy komedii antycznych tworzyli karykaturalne portrety kobiet, eksponujących swą przejrzałą kobiecość, którą traktowano jako zniewagę dla zmysłów. W tragedii greckiej *Starość* występuje często w formie metaforycznej, czasem wręcz bezcielesnej. Również sztuki plastyczne wypierają starość na swój osobliwy sposób, stosując nieudolny *lifting* obrazów – ateńskie wazy zdobią młode, wyidealizowane twarze kobiet z siwymi włosami. Paradoksalnie, nie jest to dalekie od współczesnej wizji „młodych” sześćdziesięciolatek (B o r o w i c z 2010: 22).

W średniowieczu starym kobietom zarzucano powszechnie brzydotę, a starym mężczyznom słabość; zawsze wspomniano o pewnym zepsuciu, które nie sie podeszły wiek. Stare kobiety są symbolem upadku fizycznego i moralnego, w opozycji do ogólnie obowiązującej pochwały młodości jako symbolu piękna i niewinności. W liryce łacińskiej próżno szukać utworów sławiących urodę starszej kobiety. Jest ona raczej obiektem drwiny, obraz jej upadku pojawia się w licznych tekstach, portretujących nikczemną, wredną staruchę, najczęściej z nieświeżym oddechem, która ukrywa swoje pięćdziesiąt lat dzięki stosowaniu odrażających zabiegów upiększających (E c o 2007b: 163–164).

W renesansie dojrzała kobieta, dbająca o urodę spotykała się z szyderstwem, wrogością, manifestacyjnie okazywanym wstrętem. Siwe lub łyse, bezzębne próchna, porzucające wyznaczoną im przez społeczeństwo rolę matrony, bez najmniejszego skrępowania obnoszące swoją płciowość stawały się obiektem pogardy świata kultury oficjalnej, będąc przestrożą, ale i znakiem moralnego upadku (M i n o i s 1995). Brzydota kobieca jest często przedmiotem żartobliwej rozrywki w poematach na temat przewrotnej, śmierzdzącej starej baby, określanej jako maciora (E c o 2007b: 163). Starość okazuje się nieestetyczna, podobnie jak choroba i śmierć. Malarstwo XV i XVI w. obfituje w wizerunki „potwornej staruchy”. W literaturze tego okresu dominują opisy otyłych i pomarszczonych starych

kobiet (Bois 1996: 46, 57). Poeci baroku z wyraźną niechęcią katalogują i eksponują takie cechy „starej baby”, jak: agresywność, zaborczość, władczość, niezależność. Kobieta w wieku już od czterdziestu aż do osiemdziesięciu lat nazywano odrażającą, zgrzybiałą, pomarszczoną, zaspaną staruchą (Bottle 2005: 134)

Obraz zmarszczek, obwisłości skóry i innych mankamentów starzejącego się ciała bez względu na epokę wzbudzał negatywne oceny. Wykluczenie obrazów starości lub niechęć wobec nich można interpretować jako próbę odsunięcia w czasie refleksji na temat śmierci. Starość jako motyw w literaturze i sztuce rzadko jest melancholijną, tkliwą refleksją o pięknie u schyłku wieku. Częściej pojawia się jako ironiczny symbol brzydoty, przemijania i osamotnienia. W baśniach stare czarownice są szpetne, zgarbione i złe. Znaną dzieciom antybohaterką jest starzejąca się królowa, która w lustrze wciąż szuka potwierdzenia swej urody. Nie umie starzeć się z wdziękiem, chce za wszelką cenę pozostać najpiękniejsza, walcząc o ten tytuł ze swoją dużo młodszą pasierbicą.

Medialne epatowanie pięknem nie oznacza cenzurowania niestandardowej cielesności w sztuce krytycznej XXI w. Jej twórcy osiągnęli gotowość do polemiki z dyskursem akcentującym estetyczny niebyt starości. Bez pośrednictwa konwencji, w surowym, performatywnym podejściu, stare, obwisłe, pomarszczone ciało jest przebierane, ozdabiane, a nawet rozbierane. Przedstawiciele sztuki wizualnej programowo wręcz nie ukrywają zwiotczenia skóry czy deformacji dojrzałego ciała. Ekspozycja nagości dodatkowo uwidacznia przebarwienia, bruzdy, zmarszczki, rozstępy. Celem wielu współczesnych artystów jest zmiana postrzegania nieupiększonej starości jako defektu estetycznego (Michaud 2014).

### **3. Starzejące się ciało kobiety i mężczyzny w perspektywie badawczej**

W społeczeństwach somatycznych ciało jest istotnym wymiarem zarówno życia społecznego, stanowiąc ważne pole naukowej, politycznej i kulturowej aktywności, jak i codziennej egzystencji jednostek (Shilling 2010; Turner 1996). W kulturze zdominowanej przez młode i zmysłowe ciała obserwuje się wykluczenie, restrykcję, dyskryminację oraz opresję starego ciała. Niechęć do ludzi starych oparta jest na przekonaniu, że starzenie się czyni ich nieatrakcyjnymi (Szuwałski 2012). Wygląd ciała osób w starszym wieku określa ich społeczną tożsamość, naznaczoną stereotypem człowieka nieszczęśliwego. Stare, pomarszczone, podległe prawom grawitacji ciało wymyka się kanonom estetycznym, nie znajduje miejsca w przestrzeni publicznej, zostaje „wzięte w nawias”.

W obszarze nauk społecznych rośnie liczba analiz badawczych dotyczących subiektywnego doświadczania własnego ciała przez osoby w podeszłym wieku. Rezultaty badań dowodzą jednoznacznie, że postawy wobec starości oraz promowany wizerunek ciała wywierają wpływ na przeżycia związane z osobistym

doświadczeniem procesu starzenia się. Treść przekazów kulturowych na temat starości może wpływać nie tylko na sposób, w jaki pozostali przedstawiciele społeczeństwa odnoszą się do najstarszego pokolenia, lecz także na poziom indywidualnej samoakceptacji człowieka starzejącego się (S z a t u r - J a w o r s k a 2014).

Istotna w omawianych badaniach jest zmienna płci społeczno-kulturowej. Starszy wiek częściej obniża poziom dobrego samopoczucia i pewności siebie u kobiet niż u mężczyzn. Dla kobiet, ocenianych w kategoriach estetycznych, wygląd jest podstawowym wyznacznikiem samooceny (H u r d C l a r k e 2010). W okresie menopauzy zaburzona równowaga hormonalna przyczynia się do spadku estrogenu i kolagenu, w efekcie czego skóra staje się cieńsza, bardziej sucha oraz podatna na tworzenie się zmarszczek (Z y c h 2013: 143). W wyniku procesu starzenia twarz kobiety zaczyna mieć coraz bardziej męski wygląd, potęguje się wyraz zmęczenia i złości, wargi robią się cieńsze, a brwi opadają (E t c o f f 2000: 160–161, 217). Można sądzić, że poza morfologicznymi sygnałami wieku, takimi jak pigmentacja skóry, zmarszczki na twarzy i względna masa ciała, istotne znaczenie mają także zmiany w chemicznym profilu wydzielanych substancji zapachowych. Stwierdzono, że zapach kobiety już po 40. roku życia staje się mniej atrakcyjny dla mężczyzn (P a w ł o w s k i, S u k i e n n i k 2009: 278–279). Objawy kliniczne andropauzy, związane ze zmianą wizerunku u mężczyzn to przede wszystkim zmniejszenie masy i siły mięśniowej, a także masy tkanki kostnej, wzrost masy tłuszczu i otyłości brzusznej. Zwykle proces andropauzy u mężczyzn przebiega jednak mniej gwałtownie niż analogiczny proces przekwitania u kobiet (Z y c h 2013: 77).

W kulturze można zaobserwować dwa odrębne standardy starzenia się, funkcjonujące w odniesieniu do przedstawicieli obu płci. Klimakterium to pierwszy ważny dla kobiety sygnał, że rozpoczął się proces starzenia, wymagający podejmowania działań maskujących upływ czasu. Objawy takie jak spadek energii życiowej, bezsenność, depresja, uderzenia gorąca, zwiększona drażliwość mają silne podłoże psychologiczne. Pojawia się poczucie końca kobiecości, spadku atrakcyjności fizycznej oraz zmniejszenia własnej wartości w pełnieniu ról społecznych (K r e k u l a 2007). Przedstawicielom płci męskiej wiek dodaje doświadczenia i mądrości. Wizerunek starego, zadbanego mężczyzny lepiej wpisuje się w społeczne scenariusze, mieści się również w konwencji kultury wizualnej (S o n t a g 1997). W promowanym dzisiaj obrazie starzejącego się mężczyzny z powodzeniem odnajdują się celebryci, którzy przyznają, że „lubią starość”, argumentując, że to najlepszy okres w ich życiu (S m o l i Ń s k a 2015: 45). Skończywszy sześćdziesiąt lat, z dumą informują media o swoim kolejnym małżeństwie z dużo młodszą partnerką oraz o związanym z tym późnym ojcostwie.

Dojrzałe kobiety są grupą wykazującą niski poziom satysfakcji z powodu przemian własnej cielesności w tym okresie, ponieważ wyraźniej niż mężczyźni odczuwają wewnętrzną i społeczną presję, by zachować fizyczną atrakcyjność (J o h n s t o n i i n. 2004). Z badań Laury C. Hurd Clarke (2002) wynika, że kobiety

w starszym wieku tworzą bardziej realistyczne wyobrażenia co do pożądanego kształtu ciała i nie porównują się tym samym do zbyt wyidealizowanych sylwetek, tak jak robią to kobiety z młodszych grup wiekowych. Okazuje się, że u starszych kobiet zadowolenie z własnego ciała może być większe, niż u młodszych.

W starszej grupie wiekowej mężczyźni w większym stopniu niż kobiety akceptują swoje ciało (Baker, Gringart 2009). Nie oznacza to jednak, że wygląd zewnętrzny jest dla nich głównym źródłem życiowego zadowolenia. Mężczyźni, w mniejszym stopniu niż kobiety, przywiązują wagę do swojej aparycji, ważne w ich ocenie są przede wszystkim funkcjonalne wymiary cielesności, czyli sprawność fizyczna, siła, wytrzymałość, możliwość wykonywania pracy, potencja (Kluczyńska 2008; Reddy 2013). Zgodnie ze stereotypem, „prawdziwy mężczyzna nie powinien wiedzieć o swoim ciele, nie powinien mieć z nim pełnego kontaktu, a jedynie kontakt kanciasty, szorstki, surowy, pozbawiony wdzięku” (Lacecla 2014: 60).

W czasie całego cyklu życia mężczyźni są w podobnym stopniu niezadowoleni ze swojej muskulatury jak kobiety ze swojej wagi (Bessenoff, DelPriore 2007). Chociaż pojęcie diety kojarzone jest w kulturze głównie z kobiecą dbałością o wygląd zewnętrzny, mężczyźni w starszym wieku nie tylko ze względu na zdrowie, ale także dla zwiększenia poczucia własnej atrakcyjności fizycznej, stosunkowo często korzystają z usług dietetyków i trenerów fitness (Gough 2007). Szczególnie pryncypialne podejście do własnej wagi i muskulatury przejawiają mężczyźni o orientacji homoseksualnej (Tiggeman i in. 2007). Oni również w starszym wieku deklarują zdecydowanie niższy poziom zadowolenia z tych parametrów swojego wyglądu niż mężczyźni heteroseksualni (Levesque, Vichesky 2006).

Osoby starsze dbające o swój wygląd były w przeszłości piętnowane społecznie, a ich zachowanie postrzegano jako moralnie niewłaściwe. W społeczeństwach postindustrialnych w okres starości weszło powojenne pokolenie wyżu demograficznego. *Baby boomersi* – lepiej wykształceni, bardziej aktywni zawodowo, mający wyższe aspiracje niż poprzednie pokolenia – wiążą wysoki poziom zadowolenia z młodzieńczym wyglądem i są gotowi podjąć wysiłek na rzecz zahamowania procesu starzenia się. Konsumpcyjny wymiar ciała w kulturze polega przede wszystkim na jego utowarowieniu. Współczesne generacje seniorów poddają się więc zalecanym w „pewnym wieku” reżimom cielesnym, korzystają ze specyfików na bazie hormonów, z „kapsułką młodości” lub komórkami macierzystymi, mających rzekomo niwelować oznaki starzenia.

W tej grupie kobiety przejawiają dużo większą determinację niż mężczyźni, usiłując zachować wizerunek osoby młodszej niż w rzeczywistości (Muisse, Desmarais 2010). Angażują się w strategię sztucznego odmładzania, są bardziej podatne niż mężczyźni na różne formy tzw. *beauty work* (Furman 1997; Hurd Clarke, Griffin 2008). W polskich badaniach sondażowych

kobiety w każdym wieku deklarują, że lubią oddawać się rytuałom związanym z dbaniem o urodę (Pawlikowska, Maision 2014: 130). Badania przeprowadzane w krajach kręgu kultury euroamerykańskiej dowodzą, że starsze kobiety korzystają z poszerzającej się oferty formowania ciała, stosowania wypełniaczy, odsysania tłuszczu, wydłużania i przeszczepiania włosów oraz inwestowania we wszelkie zabiegi medycyny estetycznej (Brooks 2010; Kinnunen 2010). Tendencja ta dotyczy w takim samym stopniu kobiet hetero- i homoseksualnych (Morrisson i in. 2012).

W badaniach na próbie reprezentatywnej, 7 na 10 Polaków twierdzi, że czuje się dobrze z tym, jak wygląda, choć wielu przyznaje, że dzięki idealnemu ciału byłoby pewniejsi siebie, szczęśliwsi i mieliby większe sukcesy życiowe. W tym samym sondażu 8% kobiet i mężczyzn, którzy skończyli pięćdziesiąty rok życia przyznaje, że chcąc mieć idealne ciało, należy o nie dbać, używając nowoczesnych technologii (havasworldwide.pl). W zachodnich badaniach 8% mężczyzn i 16% kobiet zdecydowałaby się na zabiegi z dziedziny chirurgii plastycznej, żeby osiągnąć wrażenie młodszego wieku (Bond i in. 2007: 250–251). Zwłaszcza aktywne zawodowo kobiety, wywodzące się z wyższych klas społecznych, są gotowe do wszelkich poświęceń (także dzięki możliwościom finansowym), żeby wchodzić w okres starości, nie tracąc radykalnie na atrakcyjności fizycznej (McLaren, Kuh 2004).

Dostosowywanie własnego ciała do generowanych przez kulturę konsumpcyjną normatywnych wzorców oraz ideałów dotyczących cielesności jawi się jako jeden z podstawowych warunków wytworzenia spójnej tożsamości oraz zyskania aprobaty czy uznania ze strony opinii społecznej (Crossley 2006; Giddens 2001). Dyskurs szeroko rozumianej tyranii piękna sprawia, że promieniowanie zdrowiem i młodością z biegiem lat może się stać nie tylko bardzo kosztowne, lecz także męczące. W zmediatyzowanym świecie popkultury starania o wieczną młodość i urodę są pełne paradoksów. Dwudziestoletnie modelki eksponują swoje gładkie niczym chińska porcelana oblicza w reklamie kosmetyków *anti-age*, przeznaczonych dla kobiet, które skończyły pięćdziesiąty rok życia. Czytelniczki kobiecych magazynów namawiane są do zakupu odmładzającego specyfiku, a w tym samym numerze, kilka stron dalej, w dziale porad psychologicznych, zaleca się im dążenie do życia w zgodzie z naturą oraz pełną akceptację swojego wieku i wyglądu.

Ludzkie ciało w coraz większym stopniu traktowane jest jako byt, będący ciągle w „procesie tworzenia”. Wszystkie zabiegi wykonywane na starym ciele mają doprowadzić do „stanu idealnego”, a więc przyczynić się do tego, by jak najdłużej zachować młodzieńczy i zdrowy wygląd. Mimo wysiłków i ponoszenia nakładów różnego rodzaju, przedłużone utrzymanie tego typu cech jest niemożliwe, starość więc kojarzona jest z porażką w dążeniu do ideału. Naturalne, starzejące się ciało staje się swego rodzaju pułapką, a nawet wręcz wrogiem w ramach pogoni za młodością.

#### 4. „Starość dla zaawansowanych” we współczesnej kulturze wizualnej

Spoleczne kulturowanie młodości przyczynia się w dużej mierze do tego, że ciało włączane jest w narzucone schematy atrakcyjności. Współczesna obsesja na punkcie własnego wyglądu potęguje się wraz z rosnącym znaczeniem kultury wizualnej. Pytanie Nancy Etcoff (2000: 339), czy kiedykolwiek przestaniemy wielbić młodzieńczy wygląd, wydaje się retoryczne, przynajmniej w odniesieniu do kobiet. Ich ciała są nieustannie dyscyplinowane, pozostając „ciałami posłusznymi”, uległymi wobec reżimu konsumpcjonizmu, nieustannie podlegają zewnętrznej regulacji, „poprawianiu” za pomocą normalizujących praktyk cielesnych (Bordo 2003).

W baroku mężczyźni zachwycali się młodymi białogłowami, które były „wzrostu miernego”, miały „cycki jak bębny” oraz „udziki tłusciusiętkie” (Stojek-Sawicka 2013: 194). Obecnie bardzo szczupła sylwetka, gładka i jędrna skóra, lśniąca, miękkie włosy, sprężysta postawa to faworyzowane od najmłodszych lat atrybuty kobiecości. Niezależnie od epoki, ekspozycja urody kosztem innych cech oznacza zgodę na bycie obiektem. Już małe dziewczynki ze szczególną uwagą i zaangażowaniem wykonują codzienne obowiązki, związane z dbałością o ciało. W procesie socjalizacji uczone są stałej kontroli swojego wyglądu, stawia się przed nimi wymóg podobań się innym, przyjmują więc rolę zewnętrznego obserwatora własnego ciała. W najnowszej ofercie lalka Lammily, będąca alternatywą dla Barbie, ma proporcjonalną budowę ciała przeciętnej 19-latki, a w zestawie do lalki można kupić naklejki imitujące niedoskonałości skóry, takie jak trądzik, cellulit, rozstępy, piegi, pieprzyki czy blizny. Ma to pomóc zmienić wizję małych dziewczynek na temat odrealnionego ideału piękna, lansowanego w mediach, który w rzeczywistości jest nieosiągalny.

Wzorzec ciała stanowi abstrakt, któremu najczęściej bardzo trudno dorównać, zwłaszcza, że popkulturowe wizualizacje, będące odzwierciedleniem dominującej estetyki, są zazwyczaj elektronicznie ulepszone. Pojawiają się reklamy *pro-age*, które w wąskim zakresie przestają korygować niedoskonałości, a tym samym szokują, eksponując dojrzałość modeli. Niezwykle rzadko jednak znane światowe firmy decydują się na kampanię reklamową z udziałem starszych ludzi. W większości przypadków medialne stylizacje z użyciem Photoshopu odejmują seniorom lat, przez co wydają się oni bardziej atrakcyjni bez widocznych zmarszczek i starczych przebarwień na twarzy.

Potrzeba estetyzacji ciał ukazywanych w przestrzeni publicznej jest zauważalna w wizerunkach starzejących się celebrytek, które zachowują prawo do publicznego eksponowania swojej urody na okładkach kolorowych magazynów. Ich obecność w mediach jest możliwa dzięki konwencjom wizualnym, które osławiają inność, eliminując mankamenty. Zmieniły się czasy i już nie brylanty, ale Photoshop jest najlepszym przyjacielem kobiety. Pojawiają się krytyczne głosy, że „Wszystko, co prawdziwe i naturalne w ludzkim wyglądzie, stało się obciachem,

wstydem, koszmarem zaniedbania, co najmniej przeoczeniem. Jest wychwytywane przez media i naznaczone komentarzem «naganne». Seksualizacja i wymuszona przez trendy autokorekta wyglądu zmieniły sens ludzkiej autoprezentacji w świecie. Dziś fotoszopujemy real” (Hołdys 2014: 61).

We współczesnej kulturze publiczny wizerunek starszej osoby staje się jej filozofią życia. To strój i inne formy dekoracji ciała czynią je „kulturowo widocznym” (Twig 2013). Ubranie jest zarówno intymnym doświadczeniem ciała, jak i publicznym sposobem jego prezentacji. Ciekawym zjawiskiem są modowe i *streetstylowe* blogi 50+ ze zdjęciami kobiet, które pragną dobrze wyglądać i przede wszystkim dobrze się czuć w swoim wieku (stylizacjeewy.blogspot.com). Blogerki modowe, emerytowane *fashionistki* zdradzają sekrety udanych stylizacji, zachęcają do przełamywania stereotypów dotyczących przyjętego powszechnie za oczywisty wyglądu starej kobiety, odchodząc od spódnicy midi, luźnej bluzki i butów na płaskim obcasie. Dojrzałe szafiarki udowadniają, że zaawansowany wiek nie zamyka drogi do ubierania się z dużą dozą swobody, według własnych upodobań (stylissima.pl). W 2008 r. powstał blog *Advanced Style* (Styl dla zaawansowanych), poświęcony modzie ulicznej. Jego twórca, Arie Seth Cohen zamiast wychudzonych kobiet i wystylizowanych hipsterów fotografuje oraz opisuje oryginalnie ubrane osoby powyżej sześćdziesięciu lat, mieszkające w Nowym Jorku. „Dojrzały wiek” to warunek, żeby móc zaistnieć na blogu, na którym pojawiają się zdjęcia nawet stuletnich kobiet. *Advanced Style* inspirowa seniorów obojga płci na całym świecie, dodaje im odwagi oraz zachęca do eksperymentowania z modą, a w efekcie – stania się widzialnymi w przestrzeni społecznej (advancedstyle.blogspot.com).

W kulturze konsumpcyjnej rynek aktualizuje definicje urody i poszerza kryteria tego, co uważa się za piękne. Firmy modowe nie mogą nastawiać się tylko na młodych odbiorców w sytuacji, gdy starzeją się projektanci, ich klienci, czy wreszcie całe społeczeństwa. Agencje stylistyczne wskazują na przesuwanie się granicy wieku na światowych wybiegach. Coraz większą popularność zdobywają siwowłose modelki spoza dotychczasowego kanonu piękna. Najbardziej zapracowane, światowej sławy przedstawicielki „alternatywnego modelingu” to m.in.: Daphne Selfe (86 lat), Carmen dell’Orefice (83 lata), Jacquie Tajah Murdock (82 lata), China Machado (80 lat), a także ich młodsze koleżanki: Lauren Hutton (70 lat), Pia Gronning (64 lata), Penelope Tree (64 lata), Pat Cleveland (63 lata), Anna von Rūden (61 lat). Nowy trend prezentuje w Polsce aktorka i modelka Helena Norowicz (80 lat). Publiczność, przyzwyczajona do oglądania na wybiegach nastoletnich, wychudzonych dziewczyn, zachwyca się, oglądając dojrzałe, tryskające energią kobiety, które świetnie się bawią prezentując ubrania.

Zarówno w środowisku dojrzałych modelek, jak i projektantów utrwala się specyficzny status odważnej, pełnej życia, nieco szalonej starej kobiety. Jej obecność w sferze publicznej w pewnym sensie legitymizuje niszową w kulturze starość. Brytyjska projektantka Vivienne Westwood, która skończyła 74 lata, słynie

z ekscentrycznych zachowań i z łamania tabu dotyczącego ubioru. Iris Apfel, amerykańska ikona stylu, która w wieku 93 lat wytycza nowe trendy w modzie, twierdzi, że jest najdłużej żyjącą nastolatką na świecie. Nazywa siebie „geriatryczną gwiazdą” i zarzuca modowemu przemysłowi dyskryminację dojrzałych kobiet: „Dla projektantów przestajemy istnieć, kiedy kończymy 60 lat. Trzeba to zmienić. My też chcemy chodzić na zakupy. Co prawda nie mamy takich ciał jak 18-latki, ale za to one nie mają takich pieniędzy jak my” (B i s k u p s k i 2015: 59). Podobnie jak Coco Chanel, która twierdziła, że nic tak nie postarza kobiety jak desperacka chęć bycia młodą, Apfel jest wrogiem botoksu i chirurgii plastycznej. Uważa, że akceptacja zmarszczek powinna stać się cenioną umiejętnością towarzyską. Wierzy, że można wyglądać pięknie w każdym wieku, pod warunkiem, że dziewięćdziesięciolatka nie próbuje udawać dwudziestopięciolatki (fashion50plus.pl).

Definiując atrakcyjność fizyczną, można odwołać się do różnych kanonów określających piękno ludzkiego ciała. Zdaniem Umberto Eco, trudno jest obecnie wyodrębnić ideał estetyczny w obliczu „orgii tolerancji i całkowitego synkretyzmu, absolutnego i niepohamowanego politeizmu piękna” (E c o 2007a: 428). We współczesnej kulturze wizualnej obowiązuje kontrolowana niewidzialność starości. Starzejące się ciało, usurpujące sobie prawo do obecności w mediach, stanowi bez wątpienia problem, a sesje zdjęciowe z modelkami 50+, a nawet 80+ w rolach głównych to ciągle swoiste eksperymenty na granicy skandalu. Wybiegi, reklamy i stylowe magazyny okupują anorektyczce nastolatki, a wymarzony przez Arie Cohena szturm senierek na świat mody wydaje się utopią. Nadal bowiem pragniemy rozkoszować się „oczywistą rozrzutnością pięknej młodości” (E t c o f f 2000: 340).

## 5. Zakończenie

Cielesność ulega obecnie radykalnej indywidualizacji, stając się nie tylko kluczowym wymiarem tożsamości człowieka, lecz także jego prywatnym zasobem. Odpowiedzialność za własne ciało, a więc troska o jego atrakcyjność, zdrowie czy sprawność, spada w pełni na jednostkę, stanowiąc podstawę jej dobrego samopoczucia, a jednocześnie ważny aspekt społecznej oceny. Wiąże się to z przewartościowaniem piękna, które stało się przede wszystkim wartością społeczną.

W społeczeństwach postindustrialnych cielesność naznaczona nieodwracalnymi procesami biologicznymi, takimi jak starzenie się, jest niezgodna z panującym ideałem medialnym. Dlatego starzy ludzie prezentowani są na marginesach kultury wizualnej, nawet mimo posiadanego doświadczenia oraz kompetencji. U tych, którzy stanowią wyjątek podkreśla się, że wyglądają na młodszych niż są w rzeczywistości. Młodości nie traktuje się jako naturalnego okresu przejściowego pomiędzy dzieciństwem a dojrzałością, lecz jako wartość samą w sobie. Młody wygląd staje się szczególnym stanem egzystencjalnym. Anthony Giddens

sugeruje wręcz, że należałoby mówić o społeczeństwach młodziejących, a nie starzejących się (Giddens 2009: 170).

Postawienie w centrum uwagi młodzieńczej urody wpłynęło na uniwersalizację i demokratyzację nowych wzorów, które zaczęły obowiązywać osoby coraz starsze. Współczesna kultura medialna wymaga widzialności i premiuje młodość, która stała się rodzajem poprawności obyczajowej. Lynda Nead (1998: 131) twierdzi, że mamy do czynienia z „cielesnym faszyzmem”, bo wszystko, co nie zgadza się z ideałem, nabiera transgresyjnego, rozrywającego normy charakteru i w ten sposób jest eliminowane z kultury. Człowiek podążający za najnowszymi trendami nie może być stary, albo przynajmniej nie powinien na takiego wyglądać (Warner 2014). W społeczeństwach zachodnich za praktyki dyscyplinowania ciała odpowiadają tak potężne instytucje, jak sport, edukacja i medycyna. Od starszych ludzi wymaga się, by zaprzeczali własnej biologii i pomimo upływu lat czuli się młodo i byli wciąż tak samo atrakcyjni. Narzuca się przymus walki z ciałem i psychiką, które nie mają prawa się zestarzeć. Ludzie dojrzały starają się za wszelką cenę wyglądać i zachowywać jak co najwyżej trzydziestolatkowie. Badania dowodzą, że w kulturze zachodniej aktywni pięćdziesięcio- i sześćdziesięciolatkowie kontrolują wagę, stosują diety, ćwiczą jogę, pilates, farbują siwe włosy, noszą adidasy i wytarte džinsy.

Uniwersalność cech atrakcyjności fizycznej opiera się na powszechnych zasadach odbierania piękna jako źródła przyjemności zmysłowej. W narcystycznej kulturze Zachodu ciało programowo jest źródłem przyjemności, zaś atrakcyjność fizyczna, powiązana silnie z młodością, stała się elementem sukcesu życiowego (Lasch 1991; Featherstone 2008). Dojrzałość promowana jest więc pod hasłem głoszącym, że „starość to nowa młodość” (*Old is the New Young*) (fashion-50plus.pl/). Jest to tak samo paradoksalne w swojej wymowie, jak napis na lateksowym T-shircie Vivienne Westwood: „Bądź rozsądny, chciej niemożliwego”.

## Bibliografia

- Baker L, Gringart E. (2009), *Body image and self-esteem in older adulthood*, “Ageing and Society”, Vol. 29, No. 6, s. 977–995.
- Bessenoff G. R., Del Priore R. E. (2007), *Women, weight, and age: Social comparison to magazine images across the lifespan*, “Sex Roles”, Vol. 56, No. 3/4, s. 215–222.
- Biskupski J. (2015), *Kolorowy ptak*, „Viva!”, nr 12, 2 czerwca, s. 54–59.
- Bois J.-P. (1996), *Historia starości. Od Montaigne’a do pierwszych emerytur*, t. 2, Oficyna Wydawnicza Volumen, Wydawnictwo Marabut, Warszawa.
- Bond J., Peace S., Westerhof G., Tulle E. (2007), *Meanings of aging and old age: Discursive contexts, social attitudes and personal identities*, [w:] F. Dittmann-Kohli, G. Westerhof (eds.), *Ageing in Society. European Perspectives on Gerontology*, Sage Publications, London, s. 235–254.
- Bordo S. (2003), *The Unbearable Weight, Feminism, Western Culture and the Body*, University of California Press, Berkeley–Los Angeles–London.

- Borowicz S. (2010), *Maska Sylenis*, [w:] S. Borowicz, J. Hobot, R. Przybylska (red.), *Stara rebeliantka. Studia nad semantyką obrazu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 17–39.
- Borowicz S., Przybylska R. (2010), „O winożłopki! O baby pijaczki”. *Językowy obraz „pijanej staruchy” w literaturze antycznej*, [w:] S. Borowicz, J. Hobot, R. Przybylska (red.), *Stara rebeliantka. Studia nad semantyką obrazu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 43–91.
- Botelho L. A. (2005), *The 17th Century*, [w:] P. Thane, *A History of Old Age*, Thames & Hudson, London, s. 113–174.
- Brooks A. T. (2010), *Aesthetic anti-ageing surgery and technology: Women’s friend or foe?*, “Sociology of Health and Illness”, Vol. 32, No. 2, s. 238–257.
- Clark K. (1956), *Akt. Studium idealnej formy*, PWN, Warszawa.
- Crossley N. (2006), *Reflexive Embodiment in Contemporary Society*, Open University Press, Buckingham.
- Eco U. (2007a), *Historia piękna*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.
- Eco U. (2007b), *Historia brzydoty*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.
- Etcoff N. (2000), *Przetrwają najpiękniejsi*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa.
- Featherstone M. (2008), *Ciało w kulturze konsumpcyjnej*, [w:] A. Chałupnik, J. Jaworska, J. Kowalska-Leder, I. Kurz, M. Szpakowska (oprac.), *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 109–117.
- Furman F. K. (1997), *Facing the mirror: Older women and beauty shop culture*, Routledge, New York.
- Giddens A. (2001), *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Giddens A. (2009), *Europa w epoce globalnej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gough B. (2007), “Real men don’t diet”: *An analysis of contemporary newspaper representations of men, food, and health*, “Social Science and Medicine”, Vol. 64, No. 2, s. 326–337.
- Hołdys Z. (2014), *Wielki tyłek z botoksu*, „Newsweek”, nr 24, 9–15 czerwca, s. 61.
- Hurd Clarke L. (2002), *Beauty in later life: Older women’s perceptions of physical attractiveness*, “Canadian Journal on Aging”, Vol. 21, No. 3, s. 429–442.
- Hurd Clarke L. (2010), *Facing age: Women growing older in an anti-ageing culture*, Rowman and Littlefield, Toronto, Ontario.
- Hurd Clarke L., Griffin M. (2008), *Visible and invisible ageing: Beauty work as a response to ageism*. “Ageing and Society”, Vol. 28, No. 5, s. 653–674.
- Huxley C., Hayfield N. (2012), *Non-heterosexual sexualities: The role of sexual identity in appearance and body image*, [w:] N. Rumsey, D. Harcourt (eds.), *Oxford Handbook of the Psychology of Appearance*, Oxford University Press, Oxford, s. 190–202.
- Jakubowska H. (2009), *Socjologia ciała*, Wydawnictwo Naukowe WAM, Poznań.
- Johnston O., Reilly J., Kremer J. (2004), *Women’s experiences of appearance concern and body control across the lifespan: Challenging the accepted wisdom*, “Journal of Health Psychology”, Vol. 9, No. 3, s. 397–410.
- Kinnunen T. (2010), “A second youth”: *Pursuing happiness and respectability through cosmetic surgery in Finland*, “Sociology of Health and Illness”, Vol. 32, No. 2, s. 258–271.
- Kluczyńska U. (2008), *Redefiniowanie męskości. Kulturowo-społeczne konteksty starzenia się mężczyzn*, [w:] J. Kowalski, P. Szukalski (red.), *Pomyślnie starzenie się w perspektywie nauk społecznych i humanistycznych*, Zakład Demografii i Gerontologii Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 76–88.
- Krekula C. (2007), *The intersection of age and gender: Reworking gender theory and social gerontology*, “Current Sociology”, Vol. 55, No. 2, s. 155–171.

- La Ceda F. (2014), *Szorstkim być. Antropologia mężczyzny*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa.
- Lasch C. (1991), *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, W. W. Norton, New York.
- Levesque M. J., Vichesky D. (2006), *Raising the bar on the body beautiful: An analysis of the body image concerns of homosexual men*, "Body Image", Vol. 3, No. 1, s. 45–55.
- McLaren L., Kuh D. (2004), *Women's body dissatisfaction, social class, and social mobility*, "Social Science and Medicine", Vol. 58, No. 9, s. 1575–1584.
- Michaud Y. (2014), *Wizualizacje. Ciało i sztuki wizualne*, [w:] J.-J. Courtine (red.), *Historia ciała*, t. 3, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk, s. 391–410.
- Minois G. (1995), *Historia starości: od antyku do renesansu*, t. 1, Oficyna Wydawnicza Volumen, Wydawnictwo Marabut, Warszawa.
- Morrison M. A., Morrison T. G., Sager C. (2004), *Does body satisfaction differ between gay and lesbian and heterosexual men and women? A meta-analytical review*, "Body Image", Vol. 1, No. 2, s. 127–138.
- Muise A., Desmarais S. (2010), *Women's perceptions and use of 'anti-aging' products*, "Sex Roles", Vol. 63, No. 1–2, s. 126–137.
- Nead L. (1998), *Akt kobiety. Sztuka, obscena i seksualność*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.
- Ostrowska A., Stępień B. (2015), *Fantastyczna czterdziestka. Poradnik pozytywnego życia*, Wydawnictwo Helion, Gliwice.
- Pawlikowska K., Maison D. (2014), *Polki. Spełnione profesjonalistki, rodzinne panie domu czy obywatelki świata?*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Pawłowski B. (2009), *Biologia atrakcyjności człowieka jako przedmiot badań naukowych*, [w:] B. Pawłowski (red.), *Biologia atrakcyjności człowieka*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 1–10.
- Pawłowski B., Sukiennik I. (2009), *Biologia atrakcyjności zapachu ludzkiego ciała*, [w:] B. Pawłowski (red.), *Biologia atrakcyjności człowieka*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 263–291.
- Reddy S. L. (2013), *Understanding the Body Image Experiences of Older Men*, "International Journal of Humanities and Social Science", Vol. 3, No. 9, s. 34–42.
- Shilling Ch. (2010), *Socjologia ciała*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Smolińska I. (2015), *Lubię starość*, „Wprost”, nr 2, 5–11 stycznia, s. 45–47.
- Sontag S. (1997), *The double standard of aging*, [w:] M. Pearsall (ed.), *The other within us: Feminist explorations of women and aging*, Westview Press, Boulder, CO, s. 19–24.
- Stojek-Sawicka K. (2013), *Szlachcianki w świecie sarmackim. Jak żyły kobiety na dworach szlacheckich w dawnej Polsce?*, Wydawnictwo Bellona, Warszawa.
- Szatur-Jaworska B. (red.) (2014), *O sposobach mówienia o starości. Debata, analiza, przykłady*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa.
- Szukałski P. (2012), *Ageizm – dyskryminacja ze względu na wiek*, [w:] P. Szukałski (red.), *Solidarność pokoleń. Dylematy relacji międzypokoleniowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 139–178.
- Tiggemann M., Martins Y., Kirkbride A. (2007), *Oh to be lean and muscular: Body image ideals in gay and heterosexual men*, "Psychology of Men and Masculinity", Vol. 8, No. 1, s. 15–24.
- Turner B. S. (1996), *The Body and Society. Explorations in Social Theory*, Second Edition, Sage Publications, Thousand Oaks, New Delhi.
- Twigg J. (2013), *Fashion and Age: Dress, the Body and Later Life*, Bloomsbury Academic, London.
- Warner H. (2014), *Fashion on Television. Identity and Celebrity Culture*, Bloomsbury, London–New York.
- Zych A. A. (2013), *Przekraczając „smugę cienia”. Szkice z gerontologii i tanatologii*, wyd. 2, Wydawnictwo Naukowe Śląsk, Katowice.

**Netografia**

<http://advancedstyle.blogspot.com> (19.08.2015).

<http://fashion50plus.pl> (19.08.2015).

<http://informacje.havasworldwide.pl/pr/297103/polacy-patrza-w-lustro-z- optymizmem-wyniki-badania-prosumer-report> (24.08.2015).

<http://stylizacjeewy.blogspot.com> (3.09.2015).

<http://www.pinterest.com/stylissimapl/hair-for-mature-women-going-grey> (27.08.2015).

**Mariola Bieńko****THE BEAUTY OF THE AGING BODY: APPARENT INDICATOR OF SOCIAL WORTH?**

**Summary.** The purpose of this paper is to review theory and empirical research concerned with the problem of social and subjective body image among the elderly. There is a common perception among the public that age reduces attractiveness and older people tend to be stereotyped as “ugly”. Given the challenges of aging, older individuals strive to maintain positive evaluation of their physical selves both in domain of appearance and health. As newer cohorts of “over sixties” replace older cohorts, changes have become embodied in through increased levels of discretionary spending, greater levels of physical activity, more attention to diet and fitness regimes, more frequent recourse to cosmetic and rejuvenative technologies.

The analysis has shown that there is a social stigma around the effects of the natural ageing process. Obsession with a youthful and beautiful appearance has become commonplace in modern western society and has resulted in procedures trying to reverse the aging process. The need for aestheticization of bodies and media fixation on beauty functions as censorship of old age in the physical realm. Special attention was given the *gender-related differences* in aging. As there are examples of men presented in mass culture who were “allowed” to get old, in the case of women it is obligatory to be “forever young”.

**Keywords:** old age, body image, gender, beauty, culture.