

## **CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ**

SEKRETARIAT  
OŚRODEK INFORMACJI

629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04  
693 - 46 - 92, 625 - 76 - 23

UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24  
00 - 503 W A R S Z A W A  
TELEFAX 629 - 40 - 89

INTERNET

<http://www.cbos.pl>

E-mail: [sekretariat@cbos.pl](mailto:sekretariat@cbos.pl)

BS/152/2003

# **STOSUNEK DO WŁASNEGO CIAŁA - IDEAŁ PIĘKNEJ KOBIETY I PRZYSTOJNEGO MĘŻCZYZNY**

KOMUNIKAT Z BADAŃ

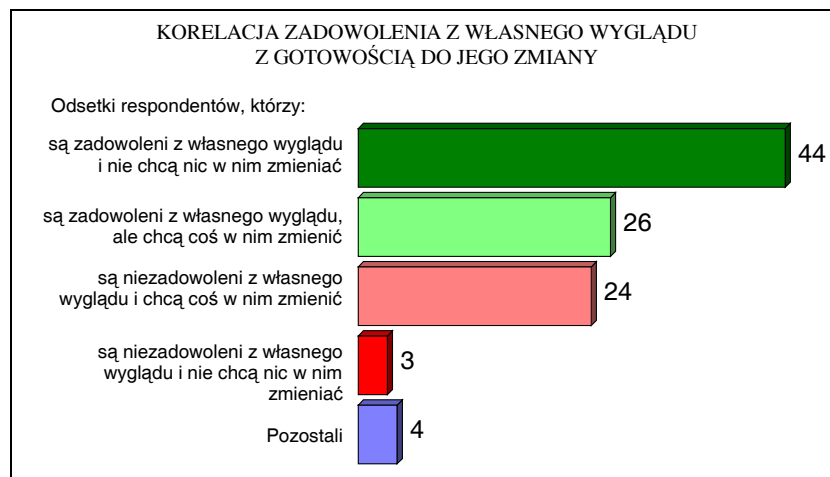
WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2003

PRZEDRUK MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH  
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA



## STOSUNEK DO WŁASNEGO CIAŁA - IDEAŁ PIĘKNEJ KOBIETY I PRZYSTOJNEGO MĘŻCZYZNY

- Prawie każdy dorosły Polak (90%) podkreśla niebagatelne - w swoim mniemaniu - znaczenie w życiu wyglądu zewnętrznego. W społeczeństwie powszechne jest przekonanie, że atrakcyjny wizerunek przesądza o sukcesie w życiu osobistym (90%) i zawodowym (92%).
- Przystojny mężczyzna powinien być, zdaniem ankietowanych, wysoki (76%) i muskularny (37%), a piękna kobieta - zgrabna (63%) i szczupła (53%).
- Kobiety dwukrotnie częściej niż mężczyźni wyrażają się krytycznie o swoim wyglądzie (34% wobec 18%).
- Zdecydowanej większości Polaków (75%) zależy na korekcie swojej sylwetki: kobiety chcą być szczuplejsze (63%), a mężczyźni - lepiej zbudowani, bardziej muskularni (13%).



- Polacy dbają o wygląd zewnętrzny przede wszystkim dlatego, że chcą mieć lepsze samopoczucie (73%) i podobać się innym (54%).

Nie jest dla nikogo tajemnicą, iż ludzie są oceniani i oceniają innych na podstawie wyglądu. Gorzej, że coraz częściej odnosi się wrażenie, iż obecnie wszyscy żyją „na pokaz”. Takie przekonania i praktyki zaczynają powoli wypełniać codzienność, a nawet stawać się nią, zwłaszcza że przeciętny człowiek jest nieustannie bombardowany radami i wskazówkami, jak z powodzeniem się prezentować, jak dzięki podkreśleniu walorów swojej powierzchowności zapewnić sobie błyskawiczną karierę, sympatię rówieśników czy akceptację szefa. Konsekwentnie każdy staje się adresatem, jeśli nie ofiarą przekazów przesycanych cielesnością: ileż to razy byliśmy niezadowoleni z własnego wyglądu, wymiarów ciała, doszukując się wad i niedociągnięć, które można byłoby usunąć, dążąc do osiągnięcia nierzeczywistego ideału itp.

Zwracając się do respondentów<sup>1</sup> w tej sprawie chcieliśmy się przekonać, czy rzeczywiście wygląd zewnętrzny ma dla Polaków tak istotne znaczenie i jak oceniają oni skuteczność dobrej prezentacji siebie w osiągnięciu sukcesu w życiu osobistym i zawodowym. Spytaliśmy też, czy respondenci są zadowoleni z własnego wizerunku oraz czy chcieliby w nim coś zmienić.

Po zapoznaniu się w dalszej kolejności z najważniejszymi, zdaniem ankietowanych, atutami przystojnego mężczyzny i pięknej kobiety, postaramy się odpowiedzieć na pytanie, czy w społeczeństwie istnieje jedna recepta na piękno i jak definiuje się je współcześnie.

Analiza poziomu czytelnictwa i oglądalności programów traktujących o modzie pozwoli w pewnym stopniu zrozumieć, jak silny jest wpływ mediów na funkcjonujące w społecznej świadomości wzory prezentowania siebie, podkreślania swoich zewnętrznych walorów, definiowania atrakcyjności fizycznej itp.

---

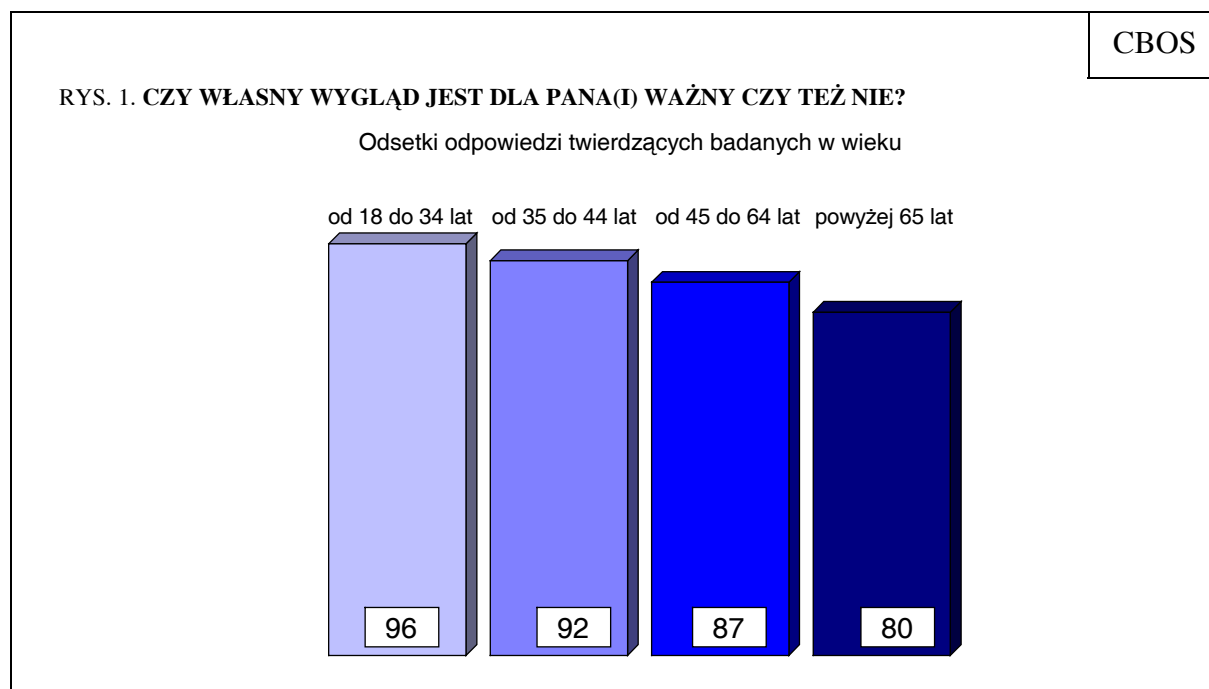
<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (159) zrealizowano w dniach od 1 do 4 sierpnia 2003 roku na liczącej 880 osób reprezentatywnej próbie losowo-adresowej dorosłych mieszkańców Polski.

Aby uzyskać pełny obraz zachodzących w polskim społeczeństwie procesów związanych ze wzrastającym znaczeniem wyglądu zewnętrznego, atrakcyjnej sylwetki, zanalizujemy opinie ankietowanych o motywach kierujących ludźmi, którzy koncentrują się na swoim wizerunku; czy częściej robią to dla siebie czy dla innych, a może po prostu kierują się obowiązującą modą.

### WYGLĄD ZEWNĘTRZNY - JEGO ZNACZENIE W ŻYCIU I W PRACY

Znakomita większość społeczeństwa (90%) przywiązuje bardzo dużą lub dużą wagę do własnego wyglądu. Podobnie sprawą bardzo istotną dla Polaków jest wygląd zewnętrzny innych ludzi (82% wskazań).

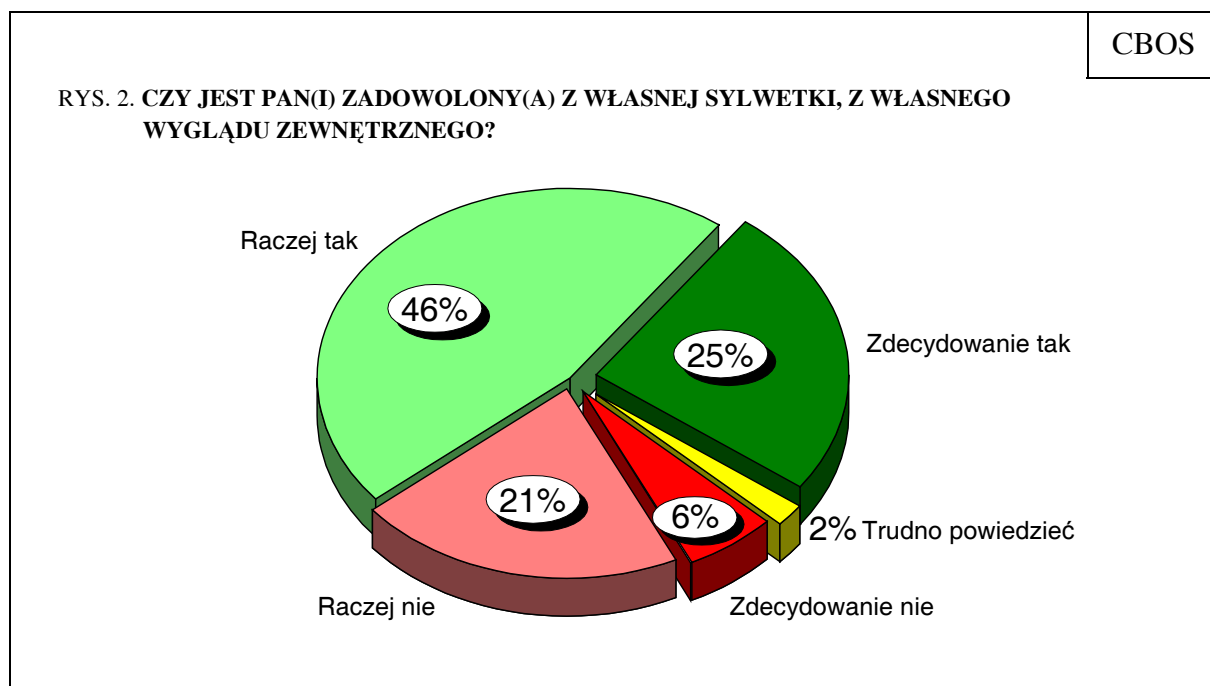
Im respondenci są starsi, tym rzadziej skłonni są przypisywać duże znaczenie własnemu wyglądowi, choć nawet dla nich jest on nadal ważny.



Prawie wszyscy Polacy są przekonani, że dbałość o wygląd zewnętrzny (np. o włosy, odpowiedni makijaż) decyduje w bardzo dużym lub dużym stopniu o powodzeniu w życiu osobistym (90%) i zawodowym (92%). Ludzie najstarsi, dla których wygląd zewnętrzny ma mniejsze znaczenie niż dla innych kategorii wieku, stosunkowo najrzadziej wyrażają przekonanie o jednoznacznym wpływie wizerunku na sukces w tych dwu sferach (80% wobec 95% w przypadku najmłodszych badanych).

#### **POZIOM ZADOWOLENIA Z WŁASNEGO WIZERUNKU I GOTOWOŚĆ DO JEGO ZMIANY**

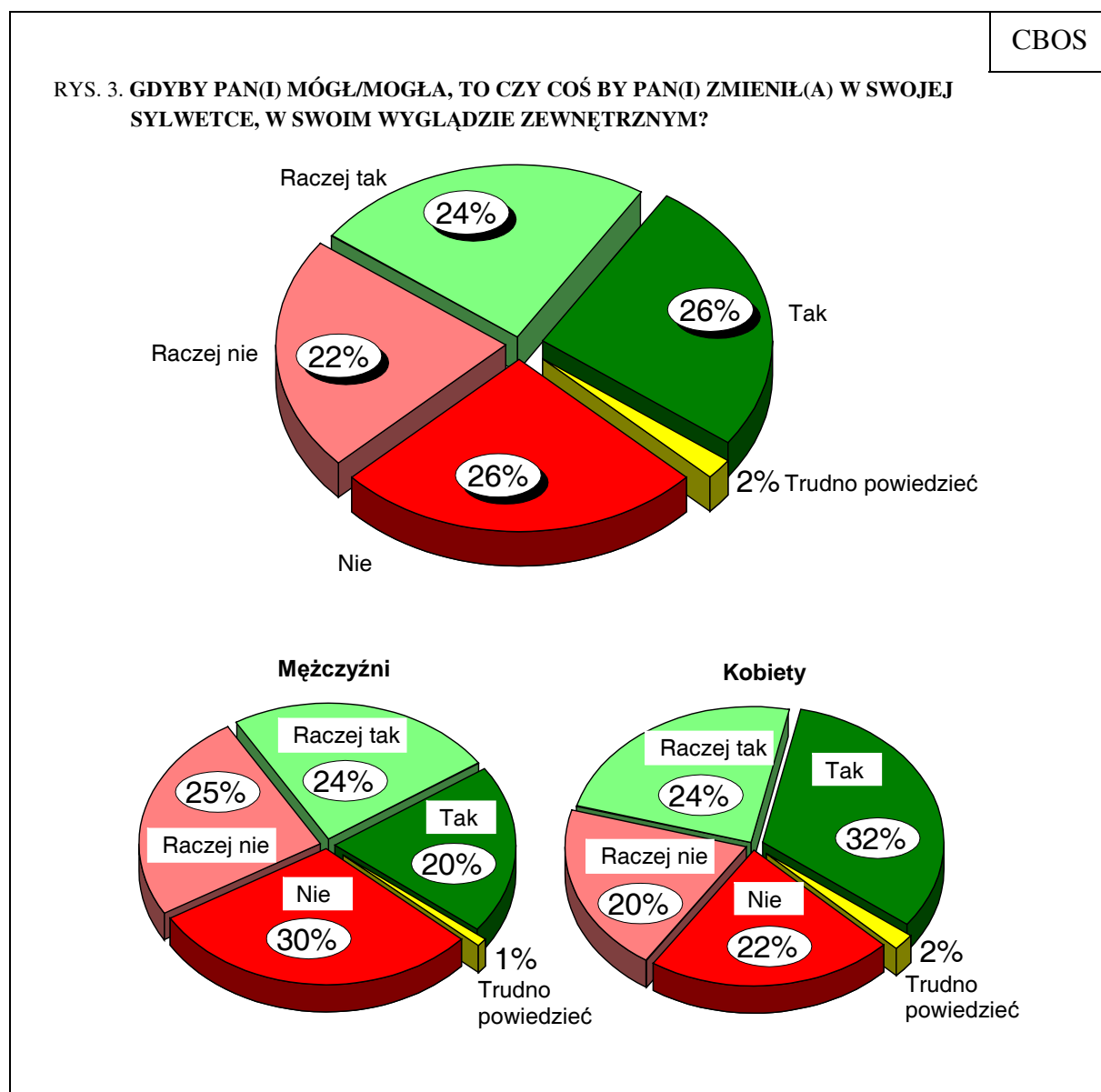
Polacy nie tylko przywiązują dużą wagę do własnej powierzchowności, ale w zdecydowanej większości (71%) są z niej zadowoleni. Co czwarty respondent nie ma swojemu wyglądowi nic do zarzucenia.



Istnieje jednak znaczna grupa badanych (27%) niezadowolonych ze swego wyglądu. Kobiety dwukrotnie częściej niż mężczyźni są w tym względzie krytyczne wobec siebie (odpowiednio 34% i 18%). Także i w tej kwestii można zauważyć prawidłowość związaną

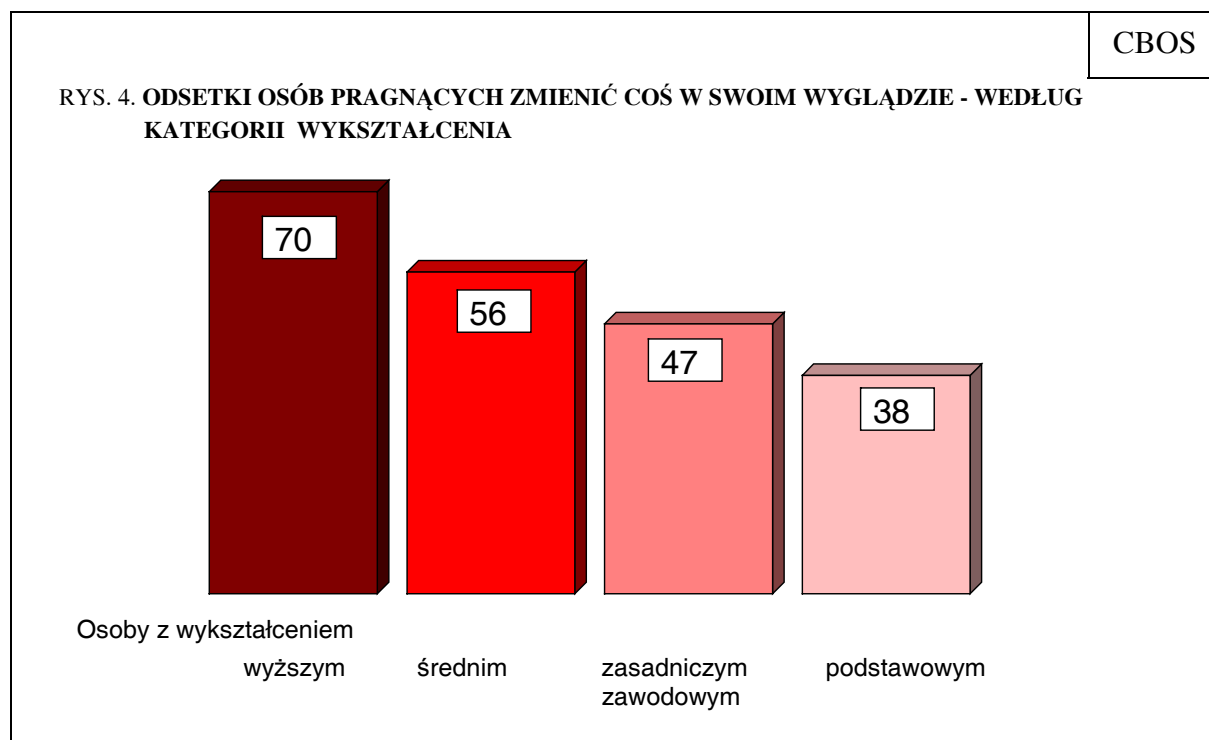
z wiekiem ankietowanych: im są młodszy, tym częściej deklarują zadowolenie z własnego wizerunku (79% wobec 68% w przypadku osób najstarszych). Bardziej surowi od innych w osądzie swojego wyglądu zewnętrznego są badani z wyższym wykształceniem. Wynika to prawdopodobnie z faktu, że są to osoby stawiające własnemu wyglądowi wyższe wymagania i spotykające się na co dzień z takimi wymaganiami kierowanymi pod swoim adresem.

Mimo że większość ankietowanych utrzymuje, że nie ma nic (lub prawie nic) do zarzucenia swojemu wyglądowi, swojej sylwetce, co drugi przyznaje, że coś by w nim zmienił, w tym co czwarty wyraża tę opinię w sposób zdecydowany.



Potrzebę taką częściej odczuwają kobiety (56%) niż mężczyźni (44%), częściej też osoby w wieku średnim (63%) niż ludzie najstarsi (35%).

Ogólnie, im ankietowani są lepiej wykształceni, tym częściej twierdzą, że dokonaliby zmian w swoim wizerunku.



Odwrotnie sytuacja przedstawia się, jeśli chodzi o zależność chęci zmiany wyglądu od sytuacji finansowej badanych. Ludzie mający najniższe dochody (do 299 zł na osobę) w większości (62%) nie chcieliby nic zmienić w swoim wizerunku. Stan ten jest być może konsekwencją ogólnego zadowolenia z własnego wyglądu wśród członków tej kategorii, ale może też być spowodowany utrudnieniami natury finansowej na drodze do poprawy swojej powierzchowności (np. koszt wizyty w gabinecie kosmetycznym musi się wiązać z wyrzeczeniami w innych bardziej istotnych sferach życia).

Pomimo dużego znaczenia, jakie zewnętrznemu wizerunkowi przypisują ludzie często praktykujący religijnie, stanowią oni kategorię najbardziej odporną na zmianę (siebie): tylko co trzeci ich przedstawiciel „pokusiłby się” o korektę wyglądu (35% wobec 56% w przypadku w ogóle niepraktykujących).

Stopień zadowolenia z własnego wyglądu (z własnej sylwetki) i stopień gotowości do jego zmiany są silnie ze sobą skorelowane.

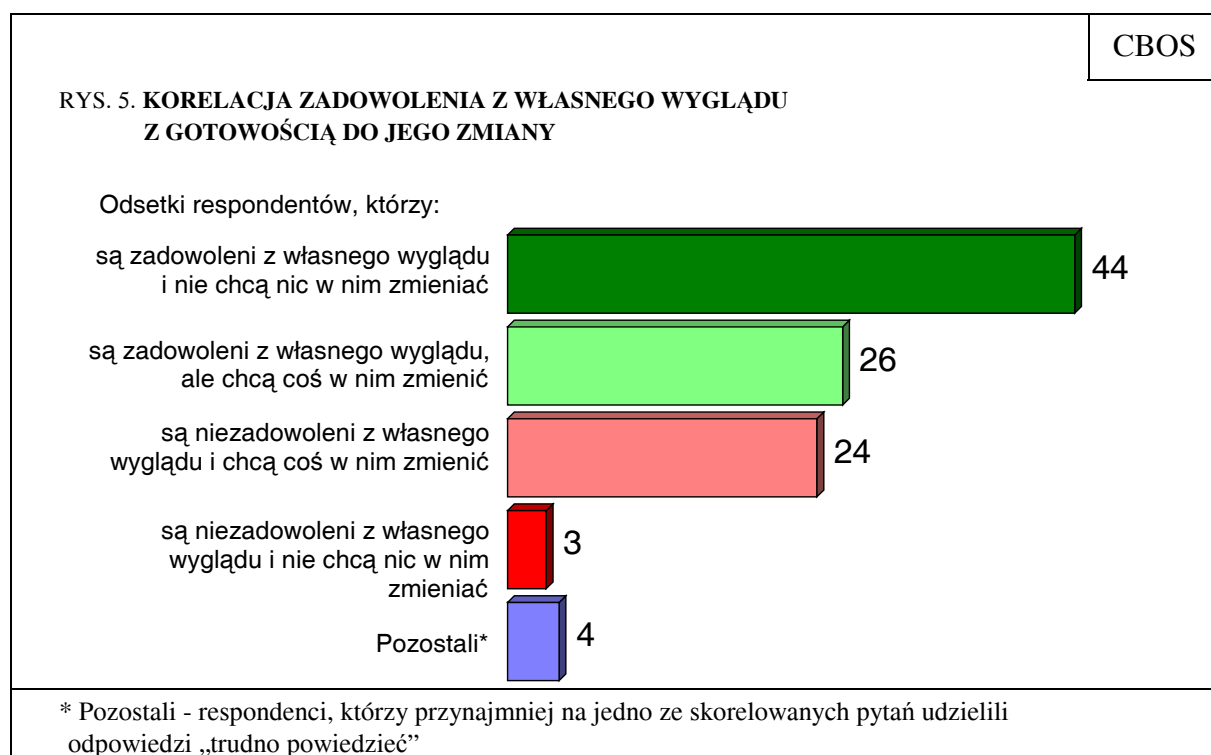
Tabela 1

Czy Pan(i) sam(a) jest zadowolony(a) z własnego wyglądu*?	Czy zmienił(a)by Pan(i) coś w swoim wyglądzie?		
	Tak	Nie	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Tak	37	62	1
Nie	88	11	1

\* Pominięto odpowiedź „trudno powiedzieć”

Okazuje się, że Polacy niezadowoleni z własnej powierzchowności wydają się bardzo konsekwentni w swoich przekonaniach, gdyż zdecydowana większość z nich (88%) deklaruje chęć zmiany swojego wyglądu. Nieco mniejszą konsekwencję widać we wskazaniach osób zadowolonych z własnego wizerunku: prawie dwie piąte (37%) również coś by w nim zmieniło.

Analiza korelacji obu omawianych pytań pozwala na wyodrębnienie czterech grup respondentów różniących się postawą wobec swojego wyglądu zewnętrznego, swojej sylwetki.





Największą grupę wśród ankietowanych (44%) stanowią ci, którzy są zadowoleni ze swojego wyglądu i nic w nim nie chcą zmieniać. Postawę taką najczęściej odnotowujemy u osób o najniższych dochodach<sup>2</sup> (56%), u mężczyzn, ludzi ze wsi i małych miast, badanych z wykształceniem podstawowym (zob. tabele aneksowe).

Co czwarty Polak (24%) jest jednak niezadowolony z własnej powierzchowności i chce coś w niej zmienić. Są to przede wszystkim osoby najlepiej wykształcone (31%), kobiety (29%), badani o najwyższych dochodach (27%).

Zbliżona liczba Polaków (26%) pomimo deklarowanego zadowolenia z własnego wizerunku chciałaby dokonać jego zmiany. W ten sposób odpowiadały najczęściej osoby z wyższym wykształceniem (38%), w wieku od 45 do 54 lat (36%).

Ludzie z wyższym wykształceniem tworzą kategorię ciekawą z poznawczego punktu widzenia; zadowoleni czy niezadowoleni z własnej powierzchowności i tak chętniej niż pozostali badani pragną coś w sobie zmieniać (jakby nieustannie dostrzegali lub zmuszeni byli dostrzegać w swoim wizerunku coś, co należałoby poprawić).

Zaledwie trzech Polaków na stu wyznaje, że wprowadzić nie są usatysfakcjonowani swoim wizerunkiem, ale nie odczuwają potrzeby jego korekty. Jak można było przewidzieć - są to przede wszystkim ludzie najstarsi (8%) i najgorzej sytuowani (6%). Pierwsi prawdopodobnie sądzą, że w ich wieku takie zabiegi nie mają większego sensu, a drudzy muszą zapewne przeznaczać dodatkowe oszczędności (jeśli można o takich w ogóle mówić) na bardziej palące potrzeby dnia codziennego.

Dodatkowe analizy wskazują, że prawie wszystkie osoby, które wyraziły chęć zmiany swojego wizerunku (98%), były zdania, że dbałość o wygląd zewnętrzny (np. makijaż, eleganckie uczesanie) decyduje o sukcesie w życiu osobistym i zawodowym.

---

<sup>2</sup> Można przyjąć, że przedstawiciele tych kategorii mniej niż inni przejmują się swoim wyglądem, są mniej surowi w jego ocenie i wobec tego nie chcieliby dokonywać w nim żadnych zmian.

## CO POLACY ZMIENILIBY W SWOIM WYGLĄDZIE

Polakom, którzy chcieliby zmienić lub poprawić swoją sylwetkę, najbardziej zależy na zmianie wielkości ciała<sup>3</sup> lub niektórych jego części.

ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW, KTÓRZY CHCIELIBY COŚ ZMIENIĆ W SWOIM WYGLĄDZIE (N=444)

Tabela 2

Co zmienił(a)by Pan(i) w swojej sylwetce, w swoim wyglądzie?	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety
Chciał(a)bym:	w procentach		
- wyszczupleć, schudnąć, zrzucić kilogramy itp.	53	39	63
- zadbać o włosy (mieć ich więcej, wzmocnić, zmienić kolor, długość itp.)	11	10	11
- nabrać ciała, przybrać na wadze, przytyć	10	17	6
- być wyższy(a)	8	11	7
- zmienić figurę, proporcje ciała	7	7	7
- mieć większe mięśnie, poprawić muskulaturę, umięśnienie	6	13	0
- zadbać o nogi - wyleczyć, wyszczupleć, wydłużyć itp.	6	4	8
- zadbać o zęby - wyleczyć, skorygować zgryz, wybielić, wstawić nowe itp.	5	5	5
- odmłodzić się - ogólnie	5	2	7
- zmniejszyć brzuch	3	5	2
- odzyskać sprawność fizyczną, energię, zdrowie, urodę, też: poddać się operacji plastycznej	2	2	3
- poprawić biust, pośladki i inne części tułowia	2	0	4
- zmienić kształt nosa, uszu, brody i innych części głowy	2	1	3
- poprawić wygląd twarzy (w tym zlikwidować zmarszczki, blizny, sińce pod oczami, zastosować lifting itp.)	2	1	3

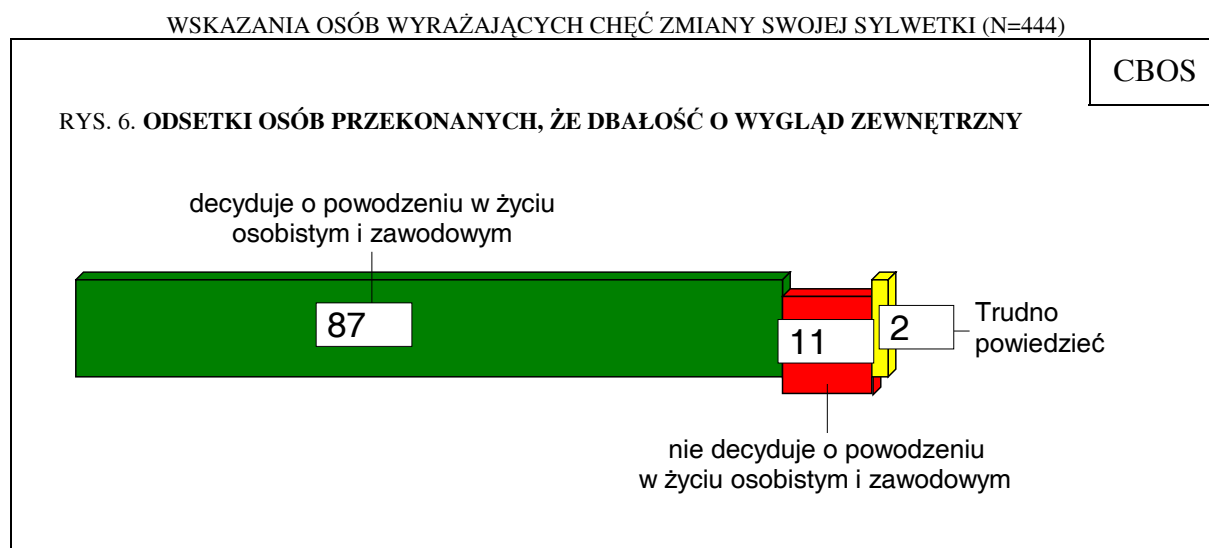
Aż trzy czwarte badanych pragnących zmienić coś w swoim wyglądzie wyrażało chęć zmniejszenia lub zwiększenia wagi czy stania się bardziej muskularnym. W tej grupie dominowały osoby, które chciałyby schudnąć, zrzucić zbędne kilogramy; potrzebę tę najczęściej wyrażały kobiety (63%), natomiast mężczyźni chcieliby przede wszystkim przybrać na wadze (17%), poprawić muskulaturę (13%) oraz zmniejszyć brzuch (5%).

<sup>3</sup> W tym opracowaniu przyjęliśmy szeroką definicję pojęcia „ciało” - zarówno w opisie, jak i w interpretacji mamy na myśli całą sylwetkę (twarz, ręce, nogi, biodra, biust, włosy, skórę, paznokcie, a nawet zęby).

Jedna trzecia ankietowanych (32%) pragnęłyby nie tyle zmienić wymiary, ile upiększyć swoje ciało. Odpowiedzi dotyczyły najczęściej włosów (11%): ich koloru, długości, gęstości czy też zmiany fryzury. Mniej osób wyrażało chęć zadbania o nogi (6%), wyleczenia lub wybielenia zębów (5%) bądź „odmłodzenia się” (5%), np. przez usunięcie zmarszczek (2%). Tylko nieliczni chcieliby skorygować określone części ciała, np. biust, pośladki, nos, uszy; zadbać o dłonie, paznokcie, cerę lub twarz.

Na schudnięciu zależałoby przede wszystkim ludziom w średnim wieku, czyli tym, którzy najczęściej wyrażają pragnienie jakiegś zmiany; mieszkańcom dużych miast (63%), mającym najczęściej problemy z nadwagą; badanym najlepiej wykształconym (62%) oraz znajdującym się w najlepszej sytuacji finansowej (65%). Natomiast dla najmłodszych respondentów oraz osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym liczy się przede wszystkim przybranie na wadze, poprawienie muskulatury (odpowiednio: 36% i 29%)<sup>4</sup>.

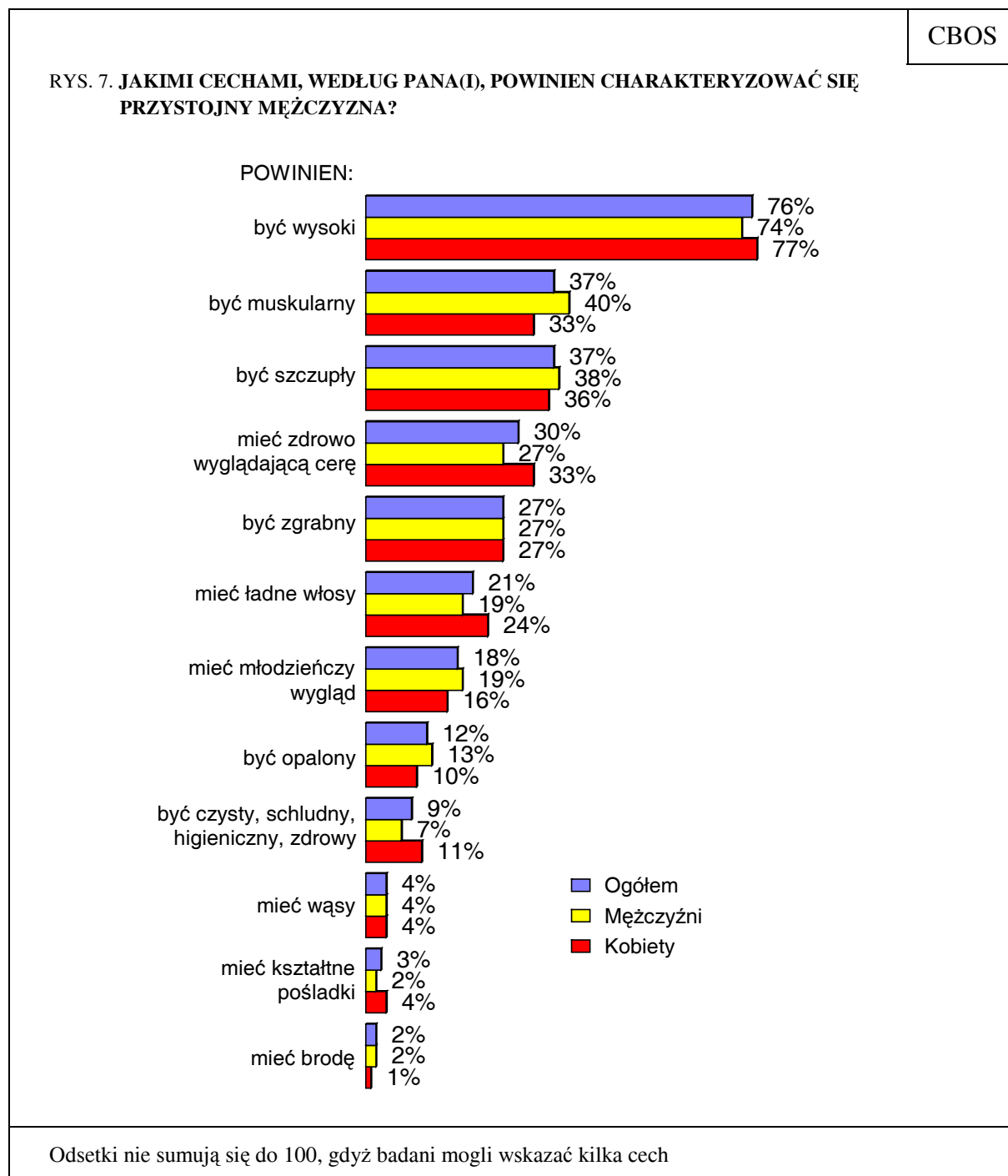
Prawie wszyscy badani deklarujący chęć zmiany swojej sylwetki (87%) są przekonani o istotnym wpływie wyglądu na sukces w życiu osobistym i zawodowym.



<sup>4</sup> Mówili o tym w zdecydowanej większości mężczyźni (83%). Młodzi mężczyźni, z wykształceniem zawodowym wydają się najbardziej podatni na lansowane idealne typy męskiej sylwetki. Oni też przede wszystkim kierują się względami praktycznymi - barczyści, dobrze zbudowani mężczyźni to wymóg określonych zawodów, np. agentów ochrony.

## WSPÓŁCZESNA CHARAKTERYSTYKA PRZYSTOJNEGO MĘŻCZYZNY I PIĘKNEJ KOBIETY

Interesowało nas, jakimi cechami wyglądu zewnętrznego, w przekonaniu badanych, powinien charakteryzować się przystojny mężczyzna. Ankietowani mogli wybrać trzy z kilkunastu wymienionych przez nas cech.



W opinii zarówno pań, jak i panów idealny mężczyzna musi być wysoki; cechę tę wskazywano także najczęściej jako najważniejszą. Najrzadziej na ten atrybut męskości zwracali uwagę respondenci najmłodszy i najlepiej wykształceni (zob. tabele aneksowe).

Trzy inne podstawowe atuty przystojnego mężczyzny to muskularność, szczupłość oraz zgrabna sylwetka, przy czym ta pierwsza cecha częściej wymieniana była jako najważniejsza. Interesujące, że dla co trzeciej Polki (33%) ważną pozycję w szkicowanym ideale mężczyzny zajmuje zdrowa cera, a co czwarta (24%) przywiązuje dużą wagę do ładnych włosów. Dziewięć kobiet na sto (11%) uważa, że idealny mężczyzna powinien być czysty, schludny, higieniczny. Muskularność i szczupłość są częściej podkreślane przez mężczyzn i, co ciekawe, przez osoby najlepiej wykształcone. O tym, że idealny mężczyzna musi być dobrze zbudowany, przekonani są najczęściej ludzie młodzi (średnio 47% wskazań). Badani należący do tych dwóch kategorii (ludzie młodzi i najlepiej wykształceni) są najbardziej otwarci na nowe wzory męskości i kobiecości, a także najbardziej zainteresowani modą (na atrakcyjną, wysportowaną sylwetkę)<sup>5</sup>.

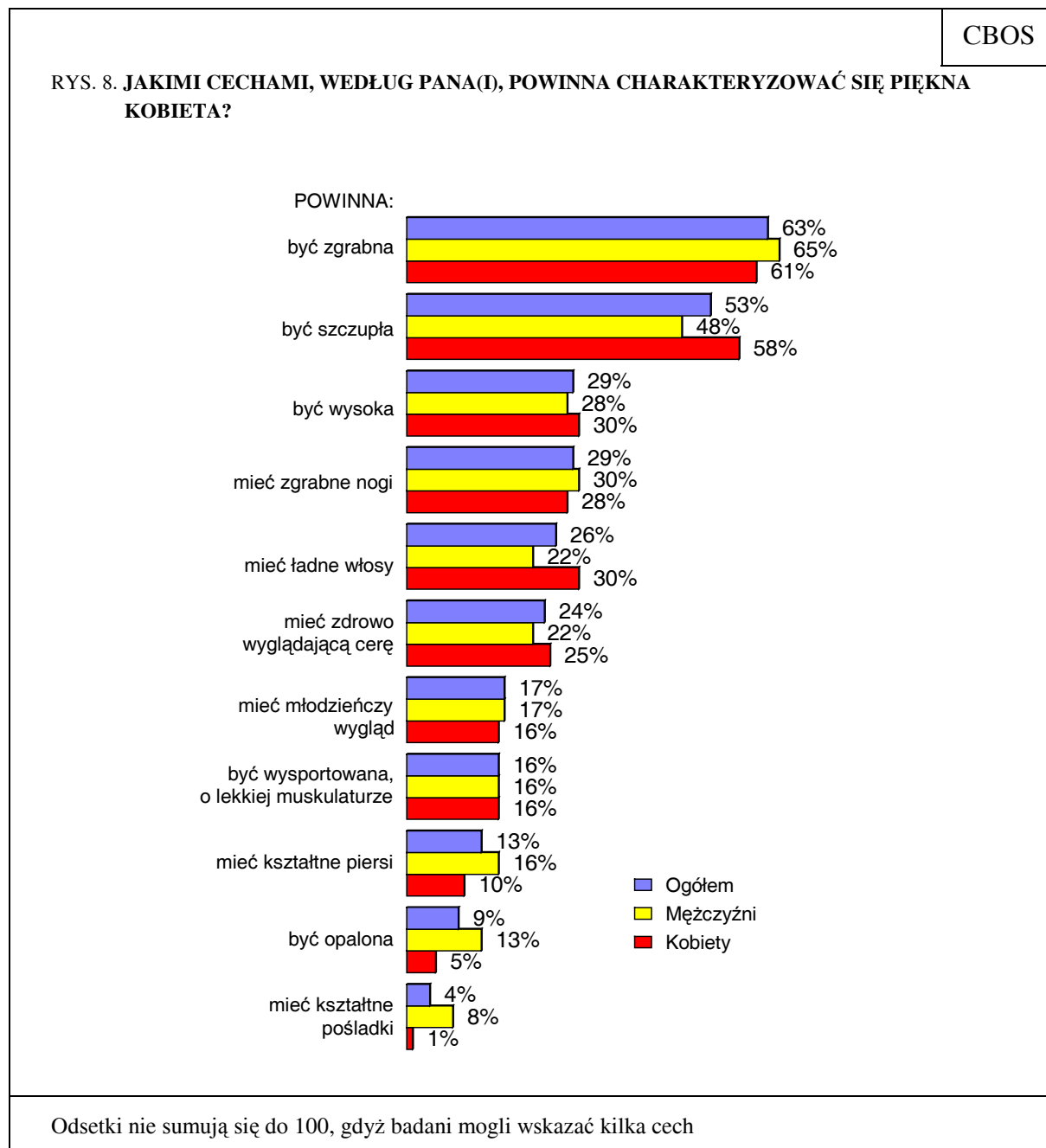
Wydaje się, że w świadomości społecznej funkcjonują podobne wymagania dotyczące idealnych cech kobiety i mężczyzny. W przypadku kobiet jednak nacisk położony jest na to, by były one zgrabne, szczupłe, a dopiero w następnej kolejności - żeby były wysokie i miały zgrabne nogi. Relatywnie często jako najważniejszą cechę pięknej kobiety podawano sportową sylwetkę<sup>6</sup>.

Ciekawe, że Polki w większej mierze niż Polacy (58% wobec 48%) przykładają wagę do szczupłości, która powinna cechować piękną kobietę; mężczyźni podkreślają raczej jej zgrabną sylwetkę (65%). Ładne włosy (30%) są w opinii pań jeszcze innym atrybutem atrakcyjnej kobiety, natomiast w przekonaniu stosunkowo wielu panów liczą się kształtne piersi (16%), opalenizna (13%) i zgrabne pośladki (8%). Najmłodszy badani rzadziej niż najstarsi podkreślają, że piękna kobieta powinna być wysoka (odpowiednio 22% i 37%), częściej wskazują, iż powinna być zgrabna (67%). Podobnego zdania jak ludzie młodzi są

---

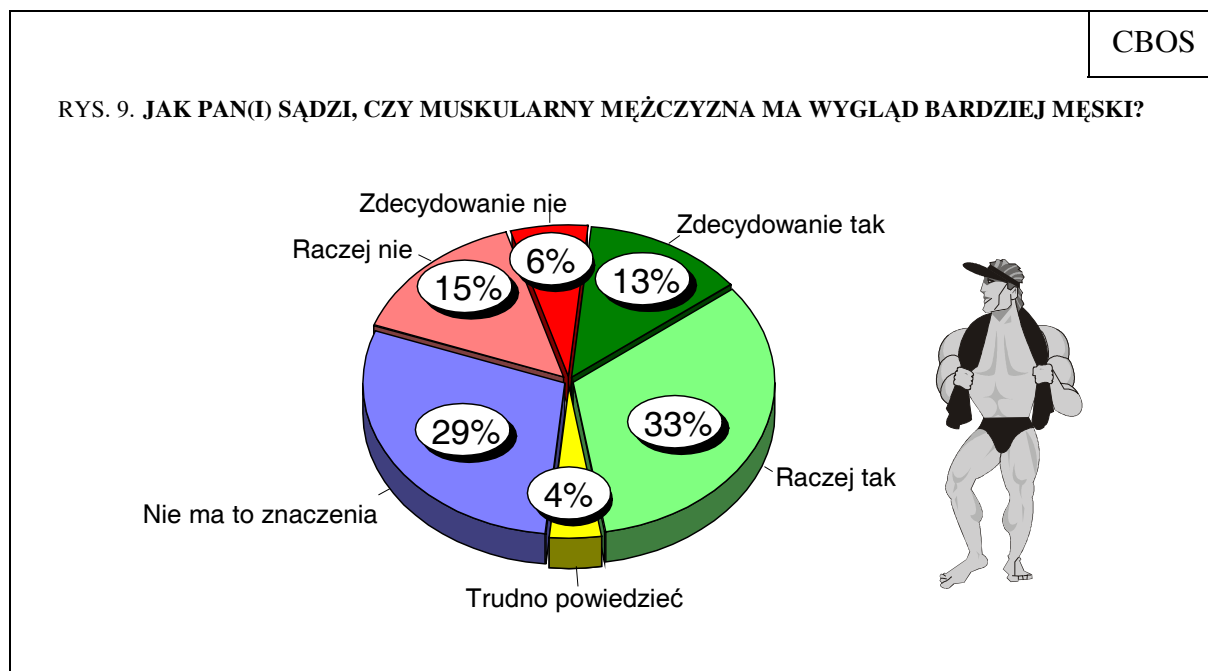
<sup>5</sup> O zainteresowaniu Polaków tematyką mody zob. w dalszej części komunikatu.

osoby najlepiej wykształcone (73%) i mieszkańcy dużych miast (70%), którzy ponadto zwracają uwagę na zdrową cerę kobiety (odpowiednio 34% i 29%) i jej młodzieńczy wygląd (21%, 27%).



<sup>6</sup> W przygotowywanym komunikacie szerzej omawiamy tę kwestię.

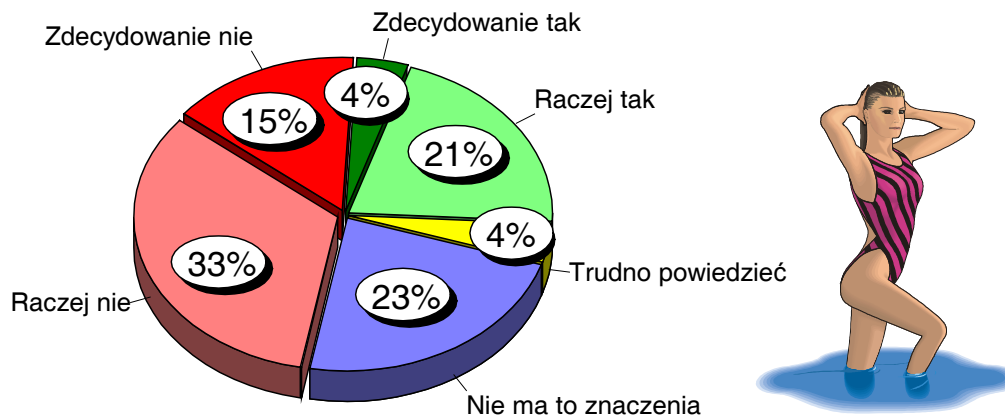
O tym, że kobieta wysportowana to wytwór nowej dekady i nowy ideał piękna, świadczy wysoki odsetek takich wskazań wśród ludzi młodych (20%). Cecha ta ma również istotne znaczenie dla badanych z wykształceniem średnim (20%) i wyższym (17%); są oni bardziej niż inni otwarci na zmieniającą się modę, szybko ją przyswajają, pozytywnie kojarzą sportową figurę ze zdrowiem, życiową energią i witalnością.



Prawie połowa Polaków (46%) twierdzi, że dobrze zbudowany mężczyzna wydaje się bardziej męski (opinię tę nieco częściej podzielają panowie), jedna piąta zaś (21%) jest przeciwnego zdania. Według 29% respondentów, muskularność nie ma znaczenia dla oceny męskości.

Opinię o bardziej męskim wyglądzie muskularnych mężczyzn najczęściej podzielają badani z wyższym wykształceniem (60%), a najrzadziej - osoby najstarsze (37%). Najbardziej ostrożni w wyrażaniu poglądów na ten temat są najmłodsi respondenci (38%), którzy najwyraźniej definiują męskość w innych kategoriach.

RYS. 10. JAK PAN(I) SĄDZI, CZY BARDZO SZCZUPLA KOBIETA, O WYMIARACH MODELKI, MA WYGLĄD BARDZIEJ KOBIECY?



Kobieta bardzo szczupła, o sylwetce modelki, jest w opinii prawie co drugiego Polaka (48%) mniej kobieca. Opinie reszty społeczeństwa są w tym względzie podzielone: jedna czwarta (25%) uważa, że takie wymiary dodają paniom kobiecości, a w odczuciu niemal takiej samej liczebnie grupy (23%) nie ma to znaczenia.

Ponad połowa kobiet (53%) i badanych z wyższym wykształceniem (59%) jest zdania, że bardzo szczupła kobieta nie zyskuje na kobiecości, kobiecym wyglądzie. Co trzeci najmłodszy ankietowany (32%) nie widzi wpływu takiej budowy ciała na kobiecość w ogóle. Mężczyźni nieco częściej niż kobiety skłonni są wiązać kobiecość z bardzo szczupłą sylwetką (27% wobec 23%). Wydaje się, że Polacy oddzielają w świadomości szczupłość (preferowaną u kobiet) od nadmiernej szczupłości, która większości z nich nie kojarzy się z kobiecością, czyli najprawdopodobniej nie jest uznawana za coś naturalnego.

Należy dodać, że istnieje duże grono respondentów, którzy nie chcą definiować męskości (29%) i kobiecości (23%) przez odwołanie się do biologii (tu: do przesadnie ostrych różnic w rozmiarach ciała między mężczyznami i kobietami).



### CZY POLAKÓW INTERESUJE MODA

Pytając o częstotliwość czytania artykułów lub oglądania programów poświęconych modzie, chcieliśmy dowiedzieć się, czy to z prasy i telewizji nasi respondenci czerpią obiegowe wiadomości na temat zewnętrznego piękna w ogóle i czy na tej podstawie kształtują swoje przekonania o znaczeniu wyglądu zewnętrznego, atrakcyjności fizycznej, a może nawet wzory do naśladowania, cele do osiągnięcia itp.

Tabela 3

Kategorie odpowiedzi	Jak często czyta Pan(i) artykuły poświęcone:	Jak często ogląda Pan(i) programy poświęcone:
	modzie	
	w procentach	
Często	28	25
Rzadko	42	52
Nigdy	30	23

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że znaczna część kobiet w naszym społeczeństwie często czyta artykuły i ogląda programy poświęcone modzie (odpowiednio 46% i 38%). Odmienne odpowiedzi dotyczą mężczyzn - prawie połowa z nich (46%) nie czyta nic na ten temat, a ponad jedna trzecia (35%) nie ogląda w ogóle tego rodzaju programów.

Polacy nieznacznie częściej oglądają programy o modzie, niż czytają o tym w czasopiśmie. Wynika to prawdopodobnie z właściwości samej telewizji jako medium tańszego, bardziej dostępnego i mniej angażującego intelektualnie. Modą najczęściej interesują się ludzie młodzi (średnio 38%) i lepiej wykształceni (35%), czyli ci, którzy przywiązują dużą wagę do wyglądu zewnętrznego (także do ubioru).

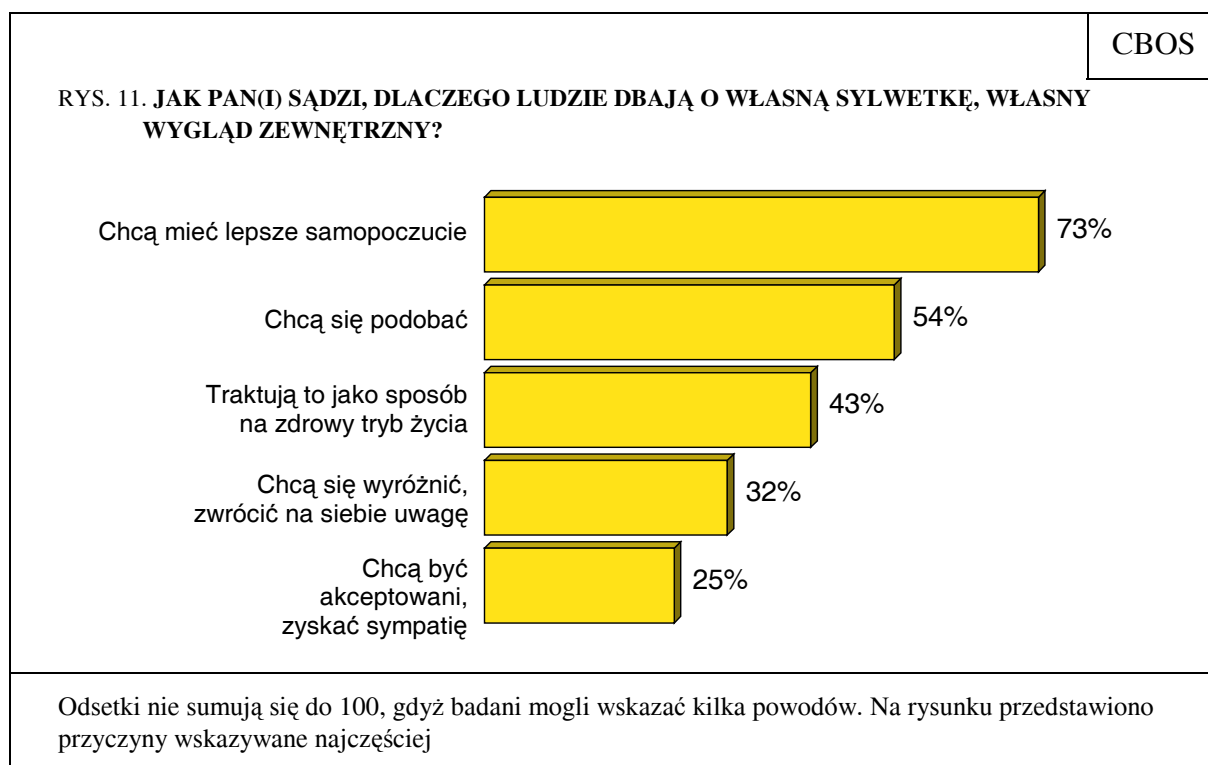
Ludzie najstarsi zdecydowanie najrzadziej deklarują zainteresowanie modą (88% spośród nich przyznaje, że o modzie czyta bardzo rzadko lub wcale się tym nie zajmuje).

Najlepiej uposażeni Polacy zdecydowanie preferują tematykę związaną z modą (30%) najpewniej traktując siebie jako jej realnych adresatów.

Ogólnie, programy czy artykuły dotyczące problematyki mody cieszą się mniejszą popularnością niż te o zdrowiu, sporcie czy polityce<sup>7</sup>.

### DLACZEGO POLACY DBAJĄ O SWÓJ WYGLĄD?

Spytaliśmy respondentów o powody, jakie - ich zdaniem - kierują ludźmi, którzy dbają o swój wygląd. Założyliśmy, że wydając opinię o innych podświadomie lub świadomie będą przedstawiać własne motywy, zwłaszcza że większości z nich w dużym stopniu zależy na własnym wizerunku.



Zdaniem respondentów, najważniejszą przyczyną dbania o wygląd zewnętrzny jest dobre samopoczucie zainteresowanych. Najczęściej wskazywali ją ludzie z wyższym wykształceniem (89%) i młodzi (87%).

<sup>7</sup> W przygotowywanym komunikacie czytelnictwo i oglądalność programów o tematyce zdrowotnej i sportowej analizujemy w sposób bardziej szczegółowy.

Ponad połowa badanych uznała, że wśród głównych powodów dbania o swoją powierzchowność jest chęć podobaania się, a ponad dwie piąte zwróciło uwagę na zdrowy tryb życia.

Ludzie najslabiej wykształceni i najgorzej sytuowani częściej niż inni wskazują na potrzebę wyróżnienia się (odpowiednio 38% i 41%), natomiast najlepiej wykształceni i mieszkający w dużych miastach podkreślają raczej chęć zdobycia sympatii otoczenia (odpowiednio 35% i 42%).

Interesujące, że badani, którzy deklarują się jako praktykujący religijnie kilka razy w tygodniu, o wiele częściej niż inni dopatrują się w takim postępowaniu potrzeby wyróżnienia się (43% wobec średniej dla całej populacji wynoszącej 32%).



Podsumowując należy podkreślić, że prawie wszyscy Polacy nadają istotne znaczenie wyglądowi zewnętrznemu. Prawie nikt nie ma już dziś wątpliwości co do tego, że skutecznie prezentując siebie, eksponując największe zalety swojego wizerunku, można zapewnić sobie powodzenie w życiu osobistym i zawodowym.

Zdecydowana większość Polaków jest zadowolona z własnej powierzchowności, w związku z tym może dziwić wysoki stopień gotowości do wprowadzenia w niej jakichś zmian.

Ogólnie rzecz ujmując, większości Polaków zależy na korekcie sylwetki: kobiety chcą być szczuplejsze, a mężczyźni - bardziej muskularni. Właśnie te cechy są według nich niezbędne, by uznać kogoś za atrakcyjnego. Warto jednak podkreślić, że respondenci swoją ocenę formułują w sposób wyważony i tylko niektórym z nich umięśniony mężczyzna wydaje się bardziej męski, a bardzo szczupła kobieta bardziej kobieca; większość swoje wybory sytuuje gdzieś „pomiędzy”.

Definiując piękno badani wydają się raczej jednomyślni, ale najczęściej wskazywane idealne cechy kobiety i mężczyzny są dokładnymi kopiami cech podkreślanych (często do przesady) w popularnych czasopismach.

Ciekawych poznawczo odpowiedzi udzielali ludzie młodzi i dobrze wykształceni; nie tylko nie kwestionują oni szaleństwa na punkcie wyglądu, ale wydają się jego najwierniejszymi wyznawcami.

Opracowała  
Kamila BIAŁY