**Wygląd kobiety pod lupą**

**W społeczeństwie, w którym żyjemy, ocenianie wydaje się być równie naturalne, co oddychanie. Nieustanne porównywanie, szczególnie w kontekście wyglądu zewnętrznego, jest dla wielu kobiet jednym z głównych źródeł nieustannego stresu. Badania pokazują, że kobiety są dla siebie i innych kobiet bardziej surowe niż mężczyźni. Mimo to, zdaniem dr Małgorzaty Bulaszewskiej, kulturoznawczyni z Uniwersytetu SWPS, widać światełko w tunelu - społeczeństwo zmierza w kierunku większej tolerancji i akceptacji.**

Pomimo indywidualizacji życia i coraz większej swobody w doborze stroju, wciąż podlegamy ocenie, nie tyle ze względu na gusta innych, ile na wyuczone i ugruntowane społecznie klisze. W badaniu, którego wyniki ukazały się w publikacji “Wizerunek kobiety w sieci i poza siecią. Kompetencje medialne a stereotypowe postrzeganie wizerunku kobiety”[[1]](#footnote-1), przeprowadzonym przez dr Małgorzatę Bulaszewską, prawie nie występowały odpowiedzi „nie wiem” lub „nie mam zdania”, co pokazuje, że ocenianie przychodzi nam łatwo, a w osądach ciągle trudno nam wyjść poza schematy społeczne, utrwalane i przekazywane przez kolejne pokolenia. Wygląd kobiet wciąż jest surowo oceniany, głównie przez nie same.

**Własny wygląd pod lupą**

Samokrytyka i wzajemne ocenianie, szczególnie w kontekście wyglądu, to codzienność wielu kobiet. Męskie opinie na temat wyglądu pań bywają bardziej umiarkowane. Odpowiedzi mężczyzn biorących udział w badaniu na temat wyglądu prezentowanych kobiet były dużo łagodniejsze. Dotyczy to zwłaszcza młodszych uczestników, reprezentujących pokolenie zetek i milenialsów. Starsi mężczyźni byli stosunkowo krytyczni. Nie byli jednak tak srodzy i tak drastyczni w wypowiedziach o wyglądzie kobiet, których zdjęcia oglądali, jak panie. Kobiety mają także tendencję do umniejszania sobie, nawet w sytuacjach, gdy otrzymują komplementy. To pokazuje, jak głęboko zakorzenione są mechanizmy samokrytyki.

**Zmiana w toku**

Jednakże, współczesne tendencje, takie jak ruch *body positive*, zdają się wprowadzać powiew świeżości do tego zastanego stanu rzeczy. Promowanie akceptacji własnego ciała i wyglądu, bez względu na to, czy odpowiada on aktualnym kanonom piękna, zyskuje na popularności. To krok w stronę zdrowszego społeczeństwa, w którym nie wygląd, ale inne wartości będą miały znaczenie - mówi dr Małgorzata Bulaszewska, kulturoznawczyni, Uniwersytet SWPS.

**Przyszłość pełna akceptacji**

Choć droga do pełnej akceptacji różnorodności i wyzbycia się stereotypów jest jeszcze długa, zmiany w sposobie prezentacji kobiet w mediach i reklamach zdają się wskazywać na pozytywną tendencję. Coraz częściej pokazywane są kobiety w różnym wieku, o różnorodnych typach urody, co może przyczynić się do zmiany percepcji wyglądu w społeczeństwie. Wyraźną zmianę widzimy w reklamach i w filmie. Postacie kobiece przyjmują inne role. Kiedyś pokazywano je tylko jako gospodynie domowe albo obiekty seksualne. Oczywiście typy te nadal funkcjonują, ale coraz częściej pojawiającą się bohaterką jest profesjonalistka. Naukowczyni, dziennikarka, nauczycielka i masa przedstawicielek innych zawodów, w których występują kobiety. Ponadto profesje wymagające wieloletniej praktyki, takie jak zawód lekarza, nie są już promowane tylko przez bardzo młode kobiety, często nastolatki. W reklamach kosmetyków, samochodów i biżuterii występują także kobiety dojrzałe. Na ekranie zagościła różnorodność nie tylko wiekowa, ale także różnorodność dotycząca koloru skóry występujących osób czy ich orientacji seksualnej. Zdaniem kulturoznawczyni będziemy podążać w kierunku większej tolerancji i otwartości, bo te młodsze pokolenia, choć dla siebie są dalej dość krytyczne, to w stosunku do innych są dużo bardziej empatyczne.

Jesteśmy świadkami cichej rewolucji, w której powoli, ale systematycznie, zmienia się sposób postrzegania kobiet i ich wyglądu. To ruch ku większej empatii, tolerancji i akceptacji - zarówno własnej, jak i innych osób. W ocenie kulturoznawczyni te zmiany przyczynią się do stworzenia przestrzeni, w której każda kobieta będzie mogła czuć się komfortowo ze swoim wyglądem, niezależnie od panujących trendów czy oczekiwań społecznych.

\*\*\*\*

**Uniwersytet SWPS** to nowoczesna uczelnia oparta na trwałych wartościach. Silną pozycję zawdzięcza połączeniu wysokiej jakości dydaktyki z badaniami naukowymi prowadzonymi na najwyższym poziomie. Uczelnia kształci ponad 16 tysięcy studentek i studentów - w tym blisko tysiąc z zagranicy oraz ponad 4 400 słuchaczek i słuchaczy studiów podyplomowych na blisko 50 kierunkach studiów stacjonarnych i niestacjonarnych i ponad 170 kierunkach studiów podyplomowych. Uniwersytet oferuje programy studiów z psychologii, prawa, zarządzania, dziennikarstwa, filologii, kulturoznawstwa, nowych technologii oraz grafiki i wzornictwa, a także edukację w postaci szkoleń i krótkich kursów akademickich. Uczelnia dba o wysoką wartość akademicką naszych programów oraz ich dostosowanie do wymagań zmieniającego się rynku pracy. Kampusy Uniwersytetu SWPS znajdują się w sześciu miastach: Warszawie (siedziba), Wrocławiu, Sopocie, Poznaniu, Katowicach i w Krakowie.

Uczelnia posiada uprawnienia do nadawania stopnia doktora oraz doktora habilitowanego w siedmiu dyscyplinach: psychologia, nauki o kulturze i religii, literaturoznawstwo, nauki prawne, nauki socjologiczne, nauki o polityce i administracji, sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki. Na Uniwersytecie SWPS funkcjonuje pięć instytutów naukowych, które zajmują się organizacją i koordynacją działalności naukowej pracowników badawczych i badawczo-dydaktycznych uczelni w poszczególnych dyscyplinach: Instytut Psychologii, Instytut Nauk Humanistycznych, Instytut Nauk Społecznych, Instytut Prawa oraz Instytut Projektowania. W uczelni działa 28 centrów badawczych oraz 105 kół naukowych.

Uniwersytet SWPS należy do sojuszu European Reform University Alliance (ERUA). Jest to sojusz uczelni zawarty w ramach Inicjatywy Uniwersytetów Europejskich, powołanej i finansowanej przez Komisję Europejską.

1. M. Bulaszewska, Wizerunek kobiety w sieci i poza siecią. Kompetencje medialne a stereotypowe postrzeganie wizerunku kobiety, 2020 [↑](#footnote-ref-1)