

# Teresa Szczerska

---

## Moda wizerunkowa jako kod zachowań autodestrukcyjnych nastolatków

---

Edukacja Humanistyczna nr 1 (24), 91-99

---

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Teresa Szczerska

Wyższa Szkoła Humanistyczna TWP

## MODA WIZERUNKOWA JAKO KOD ZACHOWAŃ AUTODESTRUKCYJNYCH NASTOLATKÓW

Mówiąc o modzie wizerunkowej, mamy na myśli preferowany i akceptowany przez określoną jednostkę lub społeczność zespół elementów wizerunkowych, klasyfikowanych jako spójna i koherentna jedność aksjologiczna. Definicja wyrażenia moda brzmi: *Jeden z głównych regulatorów zachowania się jednostek w społeczeństwach nowoczesnych; służy jako środek zarówno wyróżnienia się z tłumu, jak i konformizmu w stosunku do wybranych grup; w przeciwieństwie do obyczaju jest bardzo zmienna: za dobre i piękne uchodzi zwłaszcza to, co nowe i pochodzi z ośrodków uznawanych w danym czasie i miejscu za przodujące w tej lub innej dziedzinie; dostarczane przez modę wzory przestają obowiązywać tym szybciej, im szybciej się upowszechniają; rozwój mody ma źródła psychologiczne, społeczne i ekonomiczne, które nie zostały jeszcze w pełni zbadane; moda wywiera największy i najbardziej widoczny wpływ na sposób ubierania się, czesania, makijażu<sup>1</sup>.*

Wizerunek stanowi pewnego rodzaju kryterium, które pomaga w ocenie wiarygodności cech jednostki postrzeganych „gołym okiem” (cyt. za prof. Piotrem Sztompką). Są to zewnętrzne oznaki wyglądu, zachowania i otoczenia, w którym jednostka siebie przedstawia<sup>2</sup>.

Zagadnienie wizerunku jest szczególnie intrygujące w kontekście nastolatków, którzy, ulegając różnorodnym fascynacjom, spontanicznie korzystają z dostępnych środków i sposobów ekspresji wizerunkowej. Moda wizerunkowa jest jednym ze sposobów autoprezentacji, dzięki której jednostka komunikuje się ze światem i aktywne włącza w jego trwanie.

Naszym celem jest wykazanie, iż preferowane przez nastolatków mody wizerunkowe są nośnikami treści i komunikatów niezwykle ważnych w procesie rozwoju młodego człowieka. Analiza elementów mody wizerunkowej nastolatków dostarcza cennych informacji na temat aktualnie przeżywanego przez nich świata i wyznawanego systemu wartości. Wykażemy, jak niezwykle ważny jest to proces. W jego wyniku swobodna kreacja może przekroczyć granice bezpieczeństwa, powodując autodestrukcję jednostki.

Proces odczytywania sygnałów wizerunkowych przypomina „łamanie kodu”, odkrywana jest informacja, którą wizerunek „zakrywa” lub komunikuje nie wprost.

<sup>1</sup> *Nowa encyklopedia powszechna PWN*, Warszawa 1997, t. IV, s. 258.

<sup>2</sup> P. Sztompka, *Zaufanie: fundament społeczeństwa*, Kraków 2007, s. 181.

Jest to możliwe, jeśli określony umowny system jest znany. Znajomość komunikatów wizerunkowych jest przydatna w dziedzinach takich, jak: psychologia, reklama, marketing, polityka, socjologia, kryminalistyka, film itp.

Mimo że ciało ludzkie nigdy nie powinno być traktowane przedmiotowo i nie należy redukować człowieka do jego ciała, to właśnie warunki zewnętrzne przede wszystkim determinują relacje każdego pojedynczego człowieka ze społeczeństwem<sup>3</sup>. Wizerunek jest elementem zmiennym. Uzależnionym od kultury, płci, światopoglądu, profesji, pozycji społecznej, wieku, stanów emocjonalnych, kondycji zdrowotnej itp. Oddziałując na relacje ze środowiskiem zewnętrznym, jest ważnym elementem strategii osiągania celów. To bezpośredni, niewerbalny komunikat emitowany przez jednostkę wobec świata zewnętrznego. Gdy z jakichś powodów komunikacja werbalna zostaje zaburzona lub niemożliwa, wizerunek umożliwia zdobycie informacji o tym, co przeżywa jednostka (w przypadku zaburzeń i chorób psychicznych jednym z pierwszych objawów są zmiany w obrębie wizerunku)<sup>4</sup>. Wizerunek może wzmacniać lub osłabiać relacje z ludźmi<sup>5</sup>. Może być także elementem napiętnowania jednostki z takich powodów, jak: kolor skóry, włosów, budowa anatomiczna, choroba itp. Epitety: chudy, gruby, łysy, siwy, murzyn, lalka, tyczka, rudy, czarny, piegus, funkcjonują jak kolejne imiona, które jednostka respektuje niezależnie od tego, jakie odczucia w niej wzbudzają<sup>6</sup>.

Funkcjonując w społeczeństwie, od najwcześniejszych lat zostajemy poddani wpływowi wzorów wizerunkowych, które aktualnie preferuje określona społeczność. Owe wzory można przyrównać do matrycy automatycznie czyniącej z nas „braci i siostry”. Rozwój indywidualny jednostki i osiąganie przez nią autonomii sprawiają, iż wykracza ona poza dotychczasowe schematy wizerunkowe, dokonując autokreacji. W przypadku nastolatków prezentowanie preferowanego i pożądanego przez grupę wizerunku znacznie zwiększa popularność i pozycję w niej. Należy dodać, iż ceniony przez tę grupę wiekową wzorzec wizerunkowy jest zazwyczaj zbieżny z wizerunkiem osób, które aktualnie cieszą się wśród nich autorytetem. Tak więc zazwyczaj „ikoną wizerunku” wśród nastolatków jest popularna postać kultury masowej, której cechy charakterystyczne pragną w sobie urealnić<sup>7</sup>.

Współczesną kulturę zachodu charakteryzuje duża dynamika rozwoju między innymi technologii medycznych. Młodzi ludzie nie pozostają obojętni wobec możliwości, jakie ta oferuje, zwłaszcza w kontekście estetyki. Badacze tematu wskazują, iż współcześnie – za sprawą rozwoju chirurgii plastycznej – piękno utraciło status „naturalności”. Podkreślają, że nikogo nie dziwi fakt, iż uczestniczki konkursów piękności w wieku 19 lat mają za sobą kilkanaście operacji plastycznych<sup>8</sup>. Ten specyficzny, charakterystyczny sposób traktowania ciała jako obiektu estetycznego opisał Zygmunt Bauman w wykładzie *Ponowoczesne przygody ciała*, wskazując, iż jest on konsekwencją zmian dokonujących się w kulturze ponowoczesnej, która zasadniczo, inaczej niż czasy nowoczesne, definiuje ciało<sup>9</sup>. Procesy globalizacji przyczyniły się również do zmian wzorców wizerunkowych charakterystycznych dla poszczególnych kultur. Odrzucenie

<sup>3</sup> S. Kowalczyk, *Ciało człowieka w refleksji filozoficznej*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2009, s. 133.

<sup>4</sup> A. Kępiński, *Schizofrenia*, Kraków 2001, s. 45–47.

<sup>5</sup> T. LaHaye, *Jak sobie radzić z depresją*, Lublin 2005, s. 114–116.

<sup>6</sup> E. Goffman, *Piętno rozważania o zranionej tożsamości*, Gdańsk 2008, s. 34–41.

<sup>7</sup> E. Fałkowska-Rękawek, *Podstawy projektowania odzieży*, Warszawa 2000, s. 106.

<sup>8</sup> A. Buczkowski, *Spoleczne tworzenie ciała. Płeć kulturowa i płeć biologiczna*, Kraków 2005, s. 289.

<sup>9</sup> Z. Bauman, *Ponowoczesne przygody ciała*, w: *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, Toruń 1995, s. 73–102.

wizerunku związanego z tradycją lub jednocześnie istnienie dwóch modeli wizerunkowych, to jest kulturowego i globalistycznego, sprawiają, iż uniwersalność stosowanych w wizerunku komunikatów może się stać jeszcze bardziej czytelna i przejrzysta. Taki eklektyzm nie zakłóca możliwości „odczytywania” treści, wręcz przeciwnie, pozwala pełniej zrozumieć jednostkę.

Funkcjonujący w kulturze Zachodu mit piękności głosi, że osoba atrakcyjna fizycznie jest jednocześnie obiektem akceptacji i adoracji (potwierdzają to badania empiryczne)<sup>10</sup>. Choć w pułapkę mitu piękna „wpadają” nie tylko nastolatki, to właśnie ta grupa jest najbardziej narażona na bezwolne uleganie mu. Młodzi ludzie, dążąc do ideału, fanatycznie ufają medialnym przekazom, a eksperymentując z wizerunkiem, potrafią przekroczyć granice bezpieczeństwa<sup>11</sup>.

Media coraz częściej opisują modę na operacje plastyczne, jakiej ulegają rodzice, którzy „fundują” je swoim dzieciom<sup>12</sup> (na przykład z okazji Pierwszej Komunii, korekta uszu dla ośmiolatka, wstrzyknięcie botoksu lub powiększanie biustu jako prezent na osiemnaste urodziny). Specjaliści przestrzegają przed nieodwracalnymi konsekwencjami tych zabiegów, wskazując między innymi na niekontrolowane zmiany anatomiczne elementów ciała i kośćca, które zoperowano nim ustały procesy naturalnego wzrostu.

Innym przykładem destrukcyjnego oddziaływania na wizerunek dziecka jest uczestnictwo w konkursach „Małych Miss” (w USA ich liczbę można liczyć w tysiącach). Tym, co wzbudza niepokój w kontekście tak lansowanego wzorca, jest jego karykaturalność. Małe dzieci (połowa uczestniczek nie ma 11 lat) są kimś pośrednim między lalką Barbie a dorosłą kobietą. Na potrzeby konkursu mają tlenione włosy, wymalowane oczy i usta. Ubrane w wieczorowe suknie i buty na wysokich obcasach śpiewają piosenki o przesłaniu erotycznym. Podobne imprezy odbywają się również w Polsce (w wakacje). Ten rodzaj zachowań przekonuje dzieci, że atrakcyjny wygląd jest najważniejszy. Należy jednak dodać, iż atrakcyjność w wydaniu „konkursowym” oznacza kopiowanie wzorców ze świata dorosłych. Oprócz niebezpieczeństw natury psychologicznej taki wizerunek powoduje, że dziecko może być postrzegane jako obiekt seksualny, co naraża je na śmiertelne niebezpieczeństwo ze strony dewiantów.

Przykładem mody wizerunkowej nastolatków, który powinien niepokoić w kontekście ewentualnych przyszłych konsekwencji, jest akcentowanie fizyczności, u którego podłoża jest erotyka. Taki wizerunek bywa preferowany i bezwzględnie wykorzystywany przez przemysł rozrywkowy oraz branżę mody. Powszechność jego występowania sugeruje nastolatkom, iż właśnie tego, czyli bycia obiektem seksualnym, oczekuje od nich społeczeństwo. Do tej grupy wiekowej kierowane są reklamy, w których przekonuje się, że posiadanie pewnych przedmiotów i określony typ zachowania poprawia pozycję w grupie<sup>13</sup>. Kolorowe pisma adresowane do nastolatków przepełnione są poradami, jak się modnie ubierać, malować, czesać, gdzie bywać, w jaki sposób uwodzić itp. Zaspokojenie potrzeb dyktowanych modą staje się powodem poszukiwania sposobów na zdobycie pieniędzy. W wielu przypadkach ceny przedmiotów, do których aspirują nastolatki, przewyższają wielokrotnie ich kieszonkowe. Dlatego też niektórzy, w celu szybkiego zarobku, decydują się na uprawianie prostytucji, uznając, iż jest to atrakcyjny

<sup>10</sup> A. Buczkowski, *Spoleczne tworzenie ciała...*, s. 293.

<sup>11</sup> N. Wolf, *The beauty myth, How images of beauty are used against women*, Nowy Jork 1992, przedruk N. Wolf, *Mit piękności*, przeł. Barbara Limanowska, „Ośka” 2000, nr 3.

<sup>12</sup> M. Grębski, *Jak wytrzymać z ludźmi*, Warszawa 2009, s. 9.

<sup>13</sup> G. Ritzer, *Mcdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 1997, s. 246–247.

sposób zarobkowania<sup>14</sup>. Wizerunkowe sygnały ewentualnych poczynań nastolatków dają się łatwo zaobserwować. Odsłonięta bielizna, nagie brzuchy, duże dekolty, kolczyki w pępku, tatuaże, droga markowa odzież, makijaż powinny być sygnałem, że osoba może uprawiać prostytucję. Zazwyczaj nastolatki nie mają pojęcia o niebezpieczeństwach zarówno krótko-, jak i długofalowych prostytucji. Zakładając, iż przy wielkim szczęściu uda się im uniknąć chorób, okaleczeń i urazów fizycznych, to zdaniem seksuologów najłagodniejszymi konsekwencjami, które ujawnią się wraz z upływem czasu, będą: ogromne spustoszenie emocjonalne i psychiczne, trudności w znalezieniu partnera, problemy natury seksualnej, depresja i oziębłość.

Wielki wpływ na kształtowanie się preferencji wizerunkowych nastolatków, zdaniem Mary Rogers, mają zabawki-lalki, którymi dorośli obdarowują dzieci. Autorka zwraca uwagę, że lalka oprócz charakterystycznego wzorca wizerunkowego (cyt. *kobiecość przesadnie akcentowana*) utożsamia określony styl życia (przepełniony dobrobytem, radością i niespodziankami)<sup>15</sup>. Sylwetka lalki jest specyficzna, wręcz nierealna w proporcjach: wąskie biodra, długie i szczupłe nogi i ramiona, bardzo wąska talia, nienaturalnie wydatny biust, długie, gęste włosy. Zazwyczaj proporcje ciała nastolatki są bliskie proporcjom prezentowanym przez lalkę. Nastolatka stylizująca się na Barbie, kiedyś stanie się dorosłą kobietą, której proporcje ulegną zmianie. Wówczas zabiegi: powiększenia piersi, odessania tkanki tłuszczowej, powiększenia ust, korekty genitaliów, dopinanie sztucznych włosów (zagęszczanie i przedłużanie), sztucznych paznokci (tipsy), intensywne opalanie, makijaż (permanentny), nienaturalne kolory tęczówek w szklach kontaktowych będą miały na celu zachowanie proporcji wzorca.

Jednym z marzeń nastolatków jest kariera modelki. Dziewczeta, marząc o modelingu, pragną zbliżyć się do wizerunkowego ideału. Ich rodzice, wyrażając zgodę na samodzielny wyjazd do pracy w agencjach modelek, wierzą w szczęśliwy scenariusz. Rzeczywistość jest jednak inna, niejednokrotnie te nastolatki stają się znakomitymi kandydatkami do seksbiznesu<sup>16</sup>. O ile modeling docenia indywidualizm i oryginalność, o tyle ciągła presja osiągnięcia zamierzonego wizerunku (wagi) powoduje, że osoby uprawiające tę profesję głodzą się, eksperymentują z substancjami umożliwiającymi szybką utratę wagi, do tego dochodzą stres, rywalizacja, tęsknota za bliskimi i tak jadłowstręt staje się „idealnym” sprzymierzeńcem. Liczne skandale z udziałem chorych na bulimię i anoreksję modelek uzależnionych od narkotyków dawały nadzieję, że na wybiegach zaczną pojawiać się modelki o naturalnych kształtach. Tak się jednak nie stało, klienci nadal wyraźnie preferują bardzo szczupłe modelki.

Obsesyjne myślenie o tym, aby nie utyć, powinno być ważnym sygnałem dla rodziców. Na anoreksję dziesięć razy częściej zapadają dziewczeta niż chłopcy, a grupa ryzyka dotyczy przedziału wiekowego 12–21 lat. Psychiatrzy zwracają uwagę, iż przyczyn choroby może być wiele. Wśród głównych wymienia się: problemy osobiste, szkolne, rodzinne (relacje z matką), jednak propagowanie mody na bardzo szczupłą sylwetkę wydaje się być najniebezpieczniejsze<sup>17</sup>. Chorzy na anoreksję mogą sprawiać wrażenie, iż prowadzą zdrowy styl życia. Uprawiają sport, ambitnie wypełniają wszystkie obowiązki, samodzielnie przygotowują posiłki, znają wartość energetyczną produktów żywnościowych. Zdaniem specjalistów wszystkie te czynności są formą sprawowania kontroli nad

<sup>14</sup> B.St. Clair, B. Jones, *Seks: Jak wykorzystać go najlepiej*, Lublin 2005, s. 118–119.

<sup>15</sup> M.F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, Warszawa 2003, s. 33.

<sup>16</sup> K. Imieliński, *Manowce seksu. Prostytucja*, Łódź 1990, s. 97–99.

<sup>17</sup> H. Joyeux, *Szkoła życia i miłości*, Lublin 2011, s. 106–107.

tą sferą życia. Choroba ma drastyczny przebieg, począwszy od bardzo dużej utraty wagi ciała, przez zaburzenia i zanik miesiączki, a w skrajnych przypadkach śmierć<sup>18</sup>.

Innym wizerunkowym przykładem informującym o istnieniu poważnych problemów emocjonalnych, z jakimi zmagają się nastolatki, są zaburzenia związane z przyjmowaniem posiłków. Bulimię i „hulaszcze jedzenie” (*eating disorder – ED*) – obie choroby charakteryzuje wielki niepohamowany apetyt. W przypadku bulimii po ataku łaknienia chore, panicznie bojąc się, że przytyje, wymusza wymioty, natomiast w przypadku „hulaszczego jedzenia” chore w szybkim tempie, zazwyczaj w samotności, spożywa ogromne ilości pokarmów aż do odczucia dyskomfortu. W przeciwieństwie do anoreksji i bulimii nie wymusza on pozbycia się zjedzonego pokarmu. Tkwi w poczuciu winy, przez co ponownie się objada, co powoduje dużą nadwagę. Leczenie jest bardzo długotrwałe, wymagające wielkiej delikatności ze strony terapeutów i nie zawsze kończy się wyleczeniem<sup>19</sup>.

W pogoni za wizerunkowym ideałem nastolatki pragną szybko i skutecznie uzyskać wymarzony efekt. Krytyka, której są adresatami, utwierdza ich w przekonaniu o konieczności podjęcia stosownych działań, które zapewnią im akceptację. W przypadku chłopców jest to dążenie do posiadania muskularnej sylwetki. W tym celu podejmują treningi siłowe.

Od starożytności ideał męczyzny kojarzono z ciałem atletów. Współczesne przekazy medialne przerysowały klasyczny wzorzec sylwetki, nienaturalnie uwypuklając proporcje klatki piersiowej, co przypomina postaci z komiksów. Zdaniem badaczy, podobnie jak w przypadku dziewczynek, przyczyna tkwi w proporcjach zabawek, którymi chłopcy się bawią w dzieciństwie (wymiary klatki piersiowej Kena są o 27,5% obszerniejsze niż u mężczyzn)<sup>20</sup>. Niebezpieczeństwo w dążeniu do wizerunkowego ideału w przypadku chłopców polega na uzyskaniu nienaturalnej w proporcjach sylwetki ciała. Może to spowodować tak zwaną dysmorfie mięśniową (*muscle dysmorphia*), która polega na iluzorycznym postrzeganiu własnego ciała jako zbyt wąskiego, mimo rozwiniętej muskulatury. W celu osiągnięcia zamierzonych efektów wizerunkowych chłopcy decydują się na eksperymentowanie ze śmiertelnie niebezpiecznymi dla życia i zdrowia substancjami. Wiedzę o nich uzyskują od znajomych z siłowni lub z Internetu, co w żaden sposób nie gwarantuje bezpieczeństwa. Zanim przekonają się, że ich układ kostny, podwyższone ciśnienie krwi, system hormonalny, pobudzona agresywność, powiększenie sutków, wadliwa praca serca, efekty maskulinizacyjne, szkody w tkance łącznej, osłabiony układ odpornościowy itp. mają związek z przyjmowaniem sterydów anabolicznych, niestety może być już za późno<sup>21</sup>.

Mody wizerunkowe często są podyktowane fascynacją postaciami i ideami artystycznymi. Wśród nastolatków daje się obserwować skrajne ewoluowanie tych fascynacji i należy uznać, iż jest to naturalne w procesie poszukiwania wzorców. Jako wyraz aprobowania określonej idei artystycznej młodzi ludzie łączą się w nieformalne grupy fanów. Fascynacja wizerunkiem idola w niektórych przypadkach może nabrać cech destrukcyjnych i autodestrukcyjnych. Dzieje się tak, gdy fani przekraczają granicę bycia sympatykiem i obsesyjnie przeżywają urojony kontakt z postacią ulubieńca. Psychofani często upodobniają się wizerunkowo do idola, kopiuje różne sfery jego życia, włączają

<sup>18</sup> A. Brytek-Matera, *Obraz ciała – obraz siebie*, Warszawa 2008, s. 47–51.

<sup>19</sup> Tamże, s. 57–62.

<sup>20</sup> Tamże, s. 124.

<sup>21</sup> Tamże, s. 116–120.



wątki biografii ulubieńca w swoją historię. Najczęściej są to ludzie impulsywni, neurotyczni i niezrównoważeni. Wierzą, że ich relacje z idolem są realne, co wzmacnia ich obsesję. Zazdrośni o każdy aspekt życia swoich ulubieńców potrafią być nieobliczalni. Zjawisko stalkingu interesuje obserwatorów życia publicznego, socjologów, psychologów, psychiatrów, gdyż mechanizmy jego powstawania nie są jednoznaczne. Jako najbardziej prawdopodobne uważa się: zagubienie, potrzebę akceptacji i bliskości, niezadowolenie z własnego życia.

Zdarza się, że fascynacja określoną modą wizerunkową pociąga za sobą elementy autodestrukcyjne, takie jak: porzucenie nauki, nadużywanie alkoholu, papierosów, narkotyków, kodowanie postawy światopoglądowej (rasizm, faszyzm, anarchizm, sekty). Zazwyczaj treści satanistyczne i psychodeliczne są bardzo niebezpieczne dla psychiki nastolatków. Takie niebezpieczeństwo stwarza między innymi subkultura emo (od ang. *emotional*), nazywana kulturą samobójców. Emo zrzesza osoby w wieku od 12 do 20 lat. Wizerunkowo jest to połączenie gotyku, punku i mangi. Charakterystyczna skośna długa czarna grzywka, odzież przeważnie w czarnym kolorze, czarny lakier do paznokci, intensywny makijaż oczu (w przypadku dziewcząt), dekoracje w kształcie czaszek, bardzo wąskie spodnie. Kontrowersyjność subkultury emo polega na tym, że oprócz preferowania wegetarianizmu, abstynencji od alkoholu i tytoniu, wyzbycia się agresji zachęca do refleksji samobójczych, samookaleczeń (blizny są elementem wizerunku) i biseksualizmu<sup>22</sup>.

Specyficznym elementem wizerunkowym zasługującym na omówienie w kontekście pisywanego tematu jest tatuaż. Ta technika zdobienia i oznaczania ciała jest znana od czasów prahistorycznych<sup>23</sup>. Tatuaż jest rodzajem „okaleczenia” ciała. Jako zabieg jednorazowy i nieodwracalny znajduje się w tej samej grupie, co kolczykowanie, obrzezanie chłopców i dziewcząt, wybijanie stałych zębów, rozszczepianie języka, implanty rogów, skaryfikacja (artystyczne skalpowanie w celu wykonania dekoracyjnych blizn), pocketing (kieszonkowanie ciała – wciskanie pod skórę ryżu, stali chirurgicznej, tak aby tworzyły wzór). Współczesna moda na tatuaż w wielu przypadkach wynosi go na wyżyny sztuki<sup>24</sup>. Może on pełnić różne funkcje, począwszy od dekoracyjnej, przez symboliczną, komunikacyjną oraz zastępczą (w przypadku samookaleczenia). Zazwyczaj nastolatki, decydując się na tatuaż, proszą o wykonanie go według wzoru z katalogu, a więc bez ukrytego sensu symbolicznego. Moda na tatuaż ma na celu zakomunikować: „jestem na luzie”. Nastolatki stosują również tatuaże zmywalne. Dziewczęta umieszczają go w okolicach intymnych, gdzie pełni on rolę inicjacyjnego sygnału seksualnego (podobnie jak palenie papierosów). Zanim nastąpiła współczesna moda na tatuaż w Polsce był on kojarzony ze środowiskiem kryminalnym lub subkulturowym, stanowiąc system znaków ułatwiających komunikację i identyfikację w świecie przestępczym. Pojawienie się tego rodzaju tatuażu u nastolatka jest sygnałem, że fascynuje go przestępczość lub funkcjonuje on w strukturze przestępczej. Zazwyczaj tego rodzaju tatuaże pojawiają się podczas przebywania osoby nieletniej w poprawczaku<sup>25</sup>.

Moda na tatuaż czy kolczykowanie może być swoistym parawanem rzeczywistych stanów emocjonalnych nastolatka. Radykalne zmiany w obrębie wizerunku, takie jak: tatuaże, kolczyki, ekstrawaganckie fryzury, ekscentryczny styl ubierania się, mają

<sup>22</sup> L. Simon, T. Kelley, *Everybody hurts an essential guide to Emo culture*, HarperCollins e-books, s. 2–4.

<sup>23</sup> A. Jelski, *Tatuaż*, Warszawa 1993, s. 8–32.

<sup>24</sup> M. Snopek, *Tatuaż element współczesnej kultury*, Toruń 2010, s. 120–121.

<sup>25</sup> Tamże, s. 183–242.

znaczenie w zrozumieniu emocji, jakimi żyje konkretna osoba. Potrzeba ozdabiania się może świadczyć o patologicznej potrzebie samookaleczenia. Wybitny amerykański psychiatra, Karl Menninger do klasy samookaleczeń zaliczał wiele zachowań, począwszy od obgryzania paznokci, poprzez „umyślne” wypadki, symulowanie i wielokrotne poddawanie się zabiegom chirurgicznym, raniecie własnego ciała, przypalanie, bicie się, nie pozwolenie na zagojenie się ran<sup>26</sup>.

Samookaleczenie jest bardzo rozpowszechnione wśród nastolatków, którzy zazwyczaj starają się ukrywać swoje rany i blizny, misternie zakrywając miejsca okaleczeń. Unikają odzieży i sytuacji, które eksponują nagie lub odkryte ciała. Potrzebę samookaleczenia motywują ucieczką przed uczuciem pustki, nierealności, ulgą od przepełniającego gniewu, emocjonalnego lub fizycznego napięcia, chęcią ukarania siebie za określony czyn<sup>27</sup>. Obserwowanie płynącej krwi może powodować odczucie, że wraz z nią splukane zostają złe wydarzenia, szczególnie te związane z przemocą. Osoby dokonujące samookaleczeń twierdzą, iż w ten sposób mają wrażenie posiadania kontroli nad swoim życiem<sup>28</sup>.

Charakterystyczną, łatwą do identyfikacji wizerunkowej grupą, są tak zwani bloker-si. Ubrani w odzież sportową – zazwyczaj dresy (taki ubiór jest preferowany niezależnie od sytuacji życiowej i aspiracji), zamieszkują w Polsce tak zwane blokowiska. Blokiersami są zazwyczaj osoby bezrobotne, spędzające całe dni na podwórkach, nadużywające używek. To w większości mężczyźni (choć są wśród nich i kobiety) mieszkający z rodzicami, niesamodzielni. Słuchają breakdance’a, rapu, używają wulgarnego języka, często popadają w konflikt z prawem<sup>29</sup>. To osoby nastawione agresywnie do otoczenia, atakujące słabszych większymi grupami. Źródłem ich dochodu jest praca „na czarno” i paserstwo. Nastoletni bloker-si marzą o zawodzie: kierowcy rajdowego, piłkarza, managera klubu sportowego, właściciela siłowni, dziennikarza telewizyjnego. Czas spędzają, ćwicząc na siłowni. Fascynacja takim stylem życia nie rokuje pozytywnie na przyszłość. Ciągły stres, patologiczne towarzystwo, używki, przemoc, agresja, samookaleczenia, pośrednie i bezpośrednie konsekwencje karne, wszystko to źle prognozuje.

Opisane w artykule przykłady dowodzą, iż nastolatki, uczestnicząc w wybranych fragmentach świata, próbują znaleźć własną drogę, w której określony wizerunek ma być przepustką do dorosłego życia. Moda wizerunkowa jest aspirowaniem do świata wartości, który na ten moment jest dla nich atrakcyjny i godny starania. Niezależnie, czy dokonany przez nich wybór zostanie podyktowany intuicją, czy jest kopią funkcjonującego w kulturze wzoru, będzie on nieuchronnie „metkował” jednostkę, aktywując ciąg relacji społecznych, w jakich będzie ona uczestniczyć.

Moda wizerunkowa może i powinna być manifestacją indywidualności, umożliwiającą kreację osobowości, komunikowanie (odsłanianie dekoltu, eksponowanie talii i ud) i realizowanie naturalnych potrzeb emocjonalnych (akceptacji, kochania, godności). Funkcjonujące w kulturze masowej mody wizerunkowe, dostarczając nienaturalnych wzorców wizerunkowych (lalka Barbie), które mogą być odczytywane jako atrakcyjne w kontekście określonego projektu artystycznego (postać komiksowa, bohater filmowy, sesja fotograficzna), sugerują, iż właśnie do takiego wzorca należy dążyć.

<sup>26</sup> G. Babiker, A. Lois, *Autoagresja. Morwa zranionego ciała*, Gdańsk 2002, s. 34.

<sup>27</sup> J. Wojciechowska, *Jak być sobą wśród kolegów. Trudne rozmowy z nastolatkiem*, Warszawa 2008, s. 107.

<sup>28</sup> G. Babiker, A. Lois, *Autoagresja...*, s. 27–29.

<sup>29</sup> E. Worbs, A. Markowski, A. Meger, *Polnisch-deutsches Wörterbuch der Neologismen*, Wiesbaden 2007, s. 25.



Na dorosłych spoczywa obowiązek wskazywania ewentualnych zagrożeń, jakie mogą się kryć za określonymi eksperymentami wizerunkowymi (anoreksja, bulimia, depresja). Nie jest to zadanie proste, gdyż często za autodestrukcyjnymi działaniami nastolatków „stoja” sami rodzice (na przykład operacje plastyczne, udział w konkursach). Z modą wizerunkową wiążą się również komercyjne działania marketingowe, których celem jest sprzedaż produktów lub usług określonej grupie konsumentów. Nastolatki stanowią jedną z nich<sup>30</sup>. Wszechobecne reklamy przedstawiają ciało ludzkie młode, piękne, zdrowe, wypoczęte, idealne w proporcjach, błyskawicznie reagujące i poddające się działaniu różnych terapii („bez skutków ubocznych”). W programach telewizyjnych prezentowane są osoby, które po poddaniu się zabiegom medycyny estetycznej odmieniły swoje życie na wspanialsze i szczęśliwsze. Reklamy branży farmaceutycznej przekonują, że doskonały nastrój i figura są zasługą stosowania określonego suplementu. Tak tendencyjny przekaz wywiera ogromną presję na jednostkę, czyniąc ją bezbronną wobec ogromu komunikatów.

W porównaniu ze stylizowanymi przedstawieniami ciała lansowanymi przez media ciało naturalne przegrywa estetyczną konkurencję na atrakcyjność. Radykalna uległość wobec mody wizerunkowej może w najlepszym wypadku okazać się kłopotliwa, gdyż w pogoni za wizerunkowym ideałem łatwo przekroczyć granicę, poza którą nie ma już piękna i doskonałości. Jest za to stres, kłopoty, choroba, cierpienie, uzależnienie od operacji, diet, leków, dopingu. W skrajnych przypadkach obsesja na punkcie ciała, chorobliwa chęć zawłaszczenia czyjegoś wizerunku, a nawet życia świadczą o tym, że pod pozorem mody wizerunkowej skrywany jest emocjonalny dramat.

---

<sup>30</sup> R. Kłeczek, M. Hajdas, M. Sobocińska, *Kreacja w reklamie*, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008, s. 66–70.

Teresa Szczerska

**Image fashion as code of self-destructive behavior among teenagers**

This article presents the image as the universal system of communication with the readable code. It describes how the individual style represents the system of values of the particular person. Young people – teenagers freely and spontaneously imitate images existing in the society. Each and every change in the image is an important signal informing about the emotional and mental state of the person. Progress of civilization and progress in medicine create new images that can be tragically destructive for lives and health of teenagers.

*Translated by Agnieszka Szynkowska*