

URODA

Nowy KANON?

PRESJA WYGLĄDU DEMOKRATYZUJE SIĘ. TO NIESAMOWITE, BO PODCZAS GDY KOBIETY POWOLI ODPUSZCZAJĄ SOBIE WALKĘ Z KAŻDĄ ZMARSZCZKĄ I FAŁDKĄ, MĘŻCZYŹNI ZACZYNAJĄ SUROWO PATRZEĆ NA SWOJE TWARZE I CIAŁA. W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH TREND TEN OKREŚLA SIĘ JAKO LOOKSMAXXING. MĘŻCZYŹNI DĄŻĄ DO MAKSYMALNEJ POPRAWY WYGLĄDU. ALE NIE CHODZI O OGÓLNE ZADBANIE O SIEBIE. TO RACZEJ PROJEKTOWANIE WŁASNEJ TWARZY I CIAŁA, JAKBY BYŁY ZESTAWEM PARAMETRÓW DO ZOPTYMALIZOWANIA.

Tekst AGATA RUCIŃSKA

Ostatnio zauważyłam, że mój 13-letni syn więcej czasu spędza przed wyjściem do szkoły na układaniu włosów niż na myciu zębów. Gdy zwróciłam mu uwagę, że proporcje czasowe się nie zgadzają, usłyszałam, że jak zawsze nic nie rozumiem. Koleżanka, matka nastolatki, wyjaśniła mi, że dziewczynki teraz w pierwszej kolejności oceniają u chłopaków włosy. No dobrze, pomyślałam, widocznie jeszcze nie w głowie im całowanie, skoro czyste zęby są na dalszym planie. Odczułam lekką ulgę, ale na krótko, bo jeszcze tego samego dnia wyświetlił mi się na IG post o looksmaxxingu. I serce mi zadrżało. Czy mój synek ulegnie tej modzie? U podstaw looksmaxxingu leży przekonanie, że wygląd jest projektem do zoptymalizowania. Męskie ciało i twarz są traktowane jak zestaw parametrów, które można poprawiać, „upgrade’ować” i skalować. W praktyce oznacza to coś więcej niż klasyczne dbanie o siebie. Owszem, pojawiają się: siłownia, pielęgnacja skóry czy lepsze ubrania, ale równolegle rozwija się narracja dużo bardziej precyzyjna, niemal techniczna. Twarz analizuje się, biorąc pod uwagę kąty żuchwy, proporcje, symetrię. Sylwetkę – mierząc stosunek barków do talii. Nawet sposób chodzenia czy mimika bywają traktowane jak element „optymalizacji”. Na Instagramie ten trend przybiera bardzo charakterystyczną formę wizualną: krótkie wideo typu *before and after*, surowe światło podkreślające rysy twarzy, podpisy w stylu *fix your face* albo *become high value*, jakby atrakcyjność ►

Jacob Elordi jest nowym ambasadorem zapachu BLEU DE CHANEL. Charakterystyczna uroda aktora wpisuje się idealnie w obowiązujące trendy.



1. Stymulujący i odświeżający szampon dla mężczyzn **KEVIN.MURPHY** 250 ml/139 zł (salony fryzjerskie).
2. Ultimune, ujędrniające serum aktywujące energię **SHISEIDO MEN** 30 ml/241 zł (Douglas).
3. Anti-Aging Mattifying Gel-Cream, przeciwstarzeniowy żel-krem do skóry mieszanej i tłustej **SISLEYŃUM** 50 ml/1200 zł (sisley-paris.com).
4. Complexe Anti-Age, kompleks zapobiegający starzeniu się skóry **EISENBERG HOMME** 75 ml/515 zł (Sephora).
5. Retinol Skin Brightener, preparat rozjaśniający skórę z retinolem w stężeniu 0,25% **ZO SKIN HEALTH** 50 ml/535 zł.
6. Anti dark spot, ampułka silnie rozjaśniająca przebarwienia **BANDI** 30 ml/69 zł (bandi.pl/sklep).



była czymś, co można osiągnąć przez dyscyplinę i kontrolę. W tym sensie looksmaxxing wpisuje się w szerszy nurt męskiego *self-improvement*, który w ostatnich latach urósł wokół idei produktywności, kontroli i statusu. Jednocześnie pod powierzchnią tej „optymalizacji” kryje się bardziej złożony kontekst, wywodzący się z miejsc takich jak Reddit czy 4chan (w skrócie można powiedzieć, że są to zbiory tematycznych forów internetowych). To tam powstały bardziej radykalne wersje looksmaxxingu, gdzie atrakcyjność bywa przedstawiana niemal jako matematyczny wyznacznik wartości człowieka. W tej odsłonie pojawia się język hierarchii (*top tier, average, below*), a także przekonanie, że życie społeczne – zwłaszcza relacje romantyczne – jest zdeterminowane głównie przez wygląd. Instagram łagodzi tę narrację, ale jej nie usuwa – raczej ją estetyzuje. Problem w tym, że granica między zdrowym dbaniem o wygląd a obsesją „optymalizacją” zaczyna się zacierać. To, co kiedyś było dodatkiem do życia, staje się jego centralnym projektem. Patrząc na to wszystko, pomyślałam, że looksmaxxing jest nie tylko trendem urodowym, ale i symptomem zmiany w męskim podejściu do tożsamości. Wygląd przestaje być czymś danym, a staje się czymś, co trzeba świadomie konstruować – często pod presją bardzo konkretnych, wizualnie wzmocnionych standardów. I choć część z tych praktyk może być po prostu formą zadbania o siebie, cała otoczka pokazuje, jak silnie współczesna kultura wizualna wpływa na męskie postrzeganie samych siebie.

MĘŻCZYŹNI POD PRESJĄ

Nie ukrywam, że gdy zobaczyłam pierwsze filmiki o looksmaxxingu, odczułam drobną satysfakcję. To świetnie, że mężczyźni zobaczą teraz, jak to jest gonić za wyśrubowanymi, narzuconymi kanonami urody. Ci łysiejący, z piwnymi brzuskami, marnie ubrani zaskakiwali mnie swoim samozadowoleniem. Ale potem przyszło współczucie. My jednak od dawna znamy zasady gry. Kobięce praktyki dbania o wygląd były przez lata wpisane w codzienność i kulturę – nawet jeśli bywały opresyjne, miały też komponent społeczny, relacyjny.

Męski looksmaxxing często pojawia się w formie bardziej „inżynierskiej”: jako projekt optymalizacji, zestaw technik, strategii, hacków. Nie ma tu miejsca na narrację w stylu „pozволь sobie na chwilę przyjemności”.

ŚWIAT REALNY

Zapytałam mojego syna, co myśli o looksmaxxingu. „Mamo, nie możesz napisać, że to trend. To raczej zjawisko. I kto tak naprawdę chce mieć twarz jak z »Minecrafta«?!” (kwadratowa, mocno zarysowana szczęka jest mocnym elementem looksmaxxingu). Poczulałam ulgę. Ale jednocześnie nie można tego „zjawiska” lekceważyć.

Dałam niedawno koleżance kamień guasha. Ucieszyła się, że zacznie się w końcu masować, bo jej synowie (lat 16 i 18) robią to już od dawna, a przy tym intensywnie walczą z trądzikiem. I właśnie w tym miejscu kończy się internetowa fantazja o „optymalizacji”, a zaczyna rzeczywistość. Bo w gabinetach kosmetycznych nie siedzą chłopcy obsesyjnie mierzący sobie kąt żuchwy. Najczęściej siedzą zawstydzeni nastolatki z trądzikiem. Tacy, którzy nagle przestali lubić swoje odbicie w lustrze. – Jeśli pojawia się młody chłopak w gabinecie, to najczęściej zgłasza problem trądzikowy – mówi kosmetołżka Kasia Nowacka. – Nie zdarzyło mi się jeszcze, żeby chłopak około 12., 13. roku życia przyszedł z chęcią nauczania się pielęgnacji. Za tym zwykle stoi konkretny problem skóry i bardzo duży dyskomfort psychiczny.

I tu zaczyna się ważny wątek całego looksmaxxingu. W mediach społecznościowych pielęgnacja bywa pokazywana jak estetyczny lifestyle: serum, masażery, *glow skin*, idealne światło w łazience. Tymczasem dla wielu chłopców pierwszym impulsem do zainteresowania się wyglądem nie jest próżność, tylko wstyd. – Ten młody człowiek często jest bardzo zamknięty w sobie – mówi Kasia Nowacka. – Siedzi w gabinecie wycofany, zawstydzony. Z jednej strony dlatego, że coś dzieje się z jego skórą, a z drugiej dlatego, że w ogóle musiał przyjść w takie miejsce. Do tego dochodzą komentarze otoczenia: „Ale cię wysypało!”, „Ale się zmieniłeś!”. Dorośli często mówią ▶



1

2

1. Cica Krem SOS, regeneracja i ukojenie **BASICLAB** 50 ml/119,90 zł (basiclab.shop).
 2. Trychologiczne serum Anti Hair Loss **BEAVER PROFESSIONAL** 50 ml/249 zł. 3. Purifying Control **AS ULTRA**, nawilżająco-matujący żel **MEDIDERMA** 50 ml/209 zł (*gabinety kosmetyczne*). 4. Sébium Kerato-, żel-krem przeciw niedoskonalościom **BIODERMA** 30 ml/94 zł. 5. Normacne, serum rozjaśniające niedoskonalości i pory **DERMEDIC** 30 ml/99,99 zł (dermedic.com).



3

4

5



KATARZYNA NOWACKA
 mgr kosmologii,
 właścicielka gabinetu
 kosmetycznego w Kaliszu,
 edukatorka: www.holistycznakosmetolog.pl.

to bez zastanowienia, a dla nastolatka to potrafi być ogromny ciężar. Zresztą badania pokazują, że problemy skórne bardzo mocno wpływają na samoocenę młodych ludzi. – Wzrasta liczba myśli depresyjnych czy nawet prób samobójczych u osób z cięższym trądzikiem – podkreśla kosmolog. – Dla dorosłego to może być „kilka pryszczu”. Dla nastolatka często cały świat. I może właśnie dlatego chłopcy zaczynają dziś interesować się pielęgnacją wcześniej niż poprzednie pokolenia. Nie dlatego, że nagle wszyscy chcą wyglądać jak modele z Instagrama. Bardziej dlatego, że współczesna kultura wizualna nie zostawia nikogo poza oceną. Dziewczynki od dawna funkcjonują pod presją wyglądu. Teraz coraz wyraźniej wchodzą w nią także chłopcy.

Co ciekawe, specjaliści widzą jednocześnie coś jeszcze: ogromny chaos. Z jednej strony nastolatki potrafią inwestować w kosmetyki więcej niż ich rodzice. Z drugiej – kompletnie nie wiedzą, co robią. – Mieliliśmy już moment skin minimalizmu, kiedy mówiło się: im mniej kosmetyków, tym lepiej. A teraz znowu wraca nadmiarowość – mówi Kasia Nowacka. – Młodzi ludzie kupują serum, kremy, kolejne produkty polecane przez znajomych albo social media. Problem polega na tym, że ta ilość produktów naprawdę może działać komedogennie i pogarszać stan skóry. Kosmolog opowiada o 10-letniej dziewczynce, która miała więcej kosmetyków niż ona sama. Ale podobny mechanizm zaczyna być widoczny także u chłopaków. Zwłaszcza tych z większych miast, zanurzonych w świecie trendów *skin care* i pielęgnacyjnych tutoriali.

KWESTIA RUTYNY

Tylko że prawdziwa pielęgnacja okazuje się dużo mniej spektakularna niż internetowe *before and after*. I znacznie bardziej nudna. – Chłopcy lubią wiedzieć, po co coś robią – mówi Nowacka. – Jeśli im się wyjaśni, że preparat myjący służy do oczyszczenia skóry, tonik przywraca odpowiednie pH, a krem wzmacnia barierę hydrolipidową, to oni to przyjmują jako konkret. Problem i rozwiązanie. Podstawowa pielęgnacja młodej skóry wcale nie wymaga 10 kroków. Wręcz przeciwnie. Im prościej, tym

lepiej. – Na początku absolutnie nie idziemy w agresywne odtłuszczanie skóry – tłumaczy kosmolog. – Odpadają mydła. Najlepiej sprawdzają się delikatne emulsje albo żele do mycia skóry wrażliwej. Do tego tonik i lekki krem pielęgnacyjny. Dobrze działają beta-glukany czy azaoglicyna. Jeśli pojawiają się pierwsze zmiany trądzikowe, świetnie sprawdzają się peelingi enzymatyczne, bo nie podrażniają skóry. Później wchodzi bardziej aktywne składniki: kwas salicylowy, azelainowy, retinol czy kwasy migdałowy i pirogronowy. Ale to powinno odbywać się pod kontrolą specjalisty.

DOJRZAŁE PODEJŚCIE

Jak widać, gabinetowa rzeczywistość wygląda zupełnie inaczej niż internetowe filmiki o męskim „glow upie”. Dorosli mężczyźni również nadal rzadko przychodzą z obsesją odmładzania. – Największą grupę moich pacjentów stanowią panowie zgłaszający konkretny problem: rumień, trądzik różowaty, nadwrażliwość skóry – mówi Kasia Nowacka. – Zmarszczki czy działania anti-aging są zwykle dopiero na dalszym planie. Jeśli już sięgają po pielęgnację, to raczej zadaniowo: produkt ma rozwiązać problem, a nie stać się kolejnym etapem wieloetapowego rytuału.

Patrząc na to wszystko i myśląc, że kobiety i mężczyźni podchodzą dziś do pielęgnacji z dwóch przeciwnych stron. My przez lata próbowałyśmy się uwolnić od presji bycia wiecznie młodą, gładką i „zrobioną”. Uczyliśmy się, często boleśnie, że można mieć zmarszczki i nadal czuć się piękną. Tymczasem chłopcy i młodzi mężczyźni dopiero wchodzi do świata, w którym wygląd staje się walutą społeczną i źródłem samooceny. I może dlatego looksmaxxing wydaje mi się jednocześnie trochę śmieszny i trochę przerażający. Bo pod tym całym językiem „upgrade’ów”, *high value* i idealnych żuchw kryje się coś pierwotnego: lęk, że nie jest się wystarczającym. Kobiety znają ten mechanizm od dawna. Teraz coraz częściej widzę go także u chłopców stojących rano przed lustrem trochę za długo. Z kremem, serum, masażerem do twarzy i wiarą, że atrakcyjność można wypracować jak formę na siłowni. ●