

Liesbeth Woertman



**psychologie
van het
uiterlijk**

ten have

Hoe ons lichaamsbeeld ontstaat

Liesbeth Woertman

PSYCHOLOGIE
VAN HET
UITERLIJK

Hoe ons lichaamsbeeld ontstaat

th) ten have

Inleiding

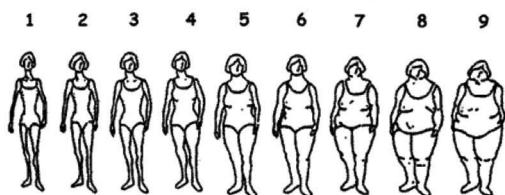
Het beroemde motto ‘Mensen worden niet in verwarring gebracht door de gebeurtenissen, maar door hun opvattingen over de gebeurtenissen’ is van de filosoof Epictetus, die leefde van het jaar 50 tot ongeveer 130. Het vormt een leidraad voor mijn werk en mijn leven. Het verzameld werk van Epictetus is in het Nederlands heruitgegeven in 2011 in een vertaling van Boter en Brouwer. Voor dit boek paraphraseer ik dit beroemde motto: Het is niet het uiterlijk dat mooi of lelijk is, maar het zijn onze opvattingen over het uiterlijk die bepalen wat we zien. Het leven is niet maakbaar, maar we hebben wel veel invloed op hoe we op gebeurtenissen in ons leven reageren. Ook de psycholoog Albert Ellis heeft zich laten inspireren door Epictetus en ontwikkelde op basis van diens oude filosofische werk in 1956 de Rationele Emotieve Therapie (RET). De kern van RET is dat niet de gebeurtenissen in het leven bepalen hoe we ons voelen, maar de manier waarop we over die gebeurtenissen denken. Een interessante gedachte, die we ook kunnen betrekken op ons uiterlijk. Het zijn niet ons feitelijke gezicht en lichaam die bepalen hoe we over dat uiterlijk denken, maar de manier waarop we over ons uiterlijk denken.

Om die reden houd ik me in dit boek meer bezig met de gedachten over ons lichaam, met het beeld dat we hebben

van ons lichaam, dan met het feitelijke uiterlijk. Kennis over hoe ideeën over het uiterlijk tot stand komen kan jongeren helpen zich wat zekerder te voelen. Denk aan kennis over het ontstaan van ideale schoonheidsbeelden. Kennis over de koppeling van schoonheid en geluk. Kennis over ideeën van vrouwelijkheid en mannelijkheid. Het kan allemaal helpen om de eigen onzekerheid beter te begrijpen.

Iedereen wil gelukkig en geliefd zijn. In het rijke Westen hebben we geluk gekoppeld aan schoonheid, of beter gezegd: aan beelden over schoonheid. We zien dagelijks om ons heen onrealistische beelden die suggereren dat er pas van ons gehouden wordt als we er perfect uitzien. Die beelden beïnvloeden ons zonder dat we dat in de gaten hebben.

Wat weten we over het lichaamsbeeld van Nederlandse vrouwen? Zijn alle vrouwen in de greep van een onbereikbaar schoonheidsideaal, of zijn we best tevreden?



Figuur 1 *De Body Size Drawings* (Stunkard e.a., 1980)

Van de vrouwen zou 69 procent dunner willen zijn (Woertman & Van den Brink, 2008), maar dat hoeft niet automatisch te betekenen dat vrouwen ontevreden zijn. Misschien kies ik ook voor een poppetje dat een maat dunner is, maar dat hoeft niet te betekenen dat ik lijd onder mijn uiterlijk en een negatief lichaamsbeeld heb. Een kwart van de Nederlandse vrouwen kiest dezelfde tekening als feitelijk beeld en ideaalbeeld. Dat vind ik een verrassend aantal, want we horen zelden over vrouwen die tevreden zijn met hun uiterlijk.

Wat is hun geheim? Wat doen zij waardoor zij tevreden zijn? Met perfect en beeldschoon zijn heeft tevredenheid niet zoveel te maken, al willen reclames ons anders doen geloven. Elke reclame die verzorgingsproducten probeert te verkopen, laat ons ontevreden vrouwen zien. Ontevreden over hun haar, ontevreden over de teint van hun gezicht, ontevreden over hun wimpers en noem alle lichaamsdelen maar op. Na het gebruik van de shampoo, vloeibare make-up of mascara-roller zien we gelukkige en tevreden vrouwen.

Het lijkt erop dat het dunne, onrealistische schoonheidsideaal niet op iedereen een even grote invloed heeft. Onderzoek laat zien dat vrouwen die meer afwijken van het dunne, witte schoonheidsideaal zoals dikkere, zwangere, oudere, lesbische en zwarte vrouwen niet per se een negatief lichaamsbeeld hebben. Waar heeft dat mee te maken?

Jonge, witte adolescente meisjes die biologisch gezien het dichtst bij het huidige westerse schoonheidsideaal staan, zijn het meest ontevreden. Welke psychologische processen kunnen hiervoor een verklaring geven? In hoofdstuk 3 zijn die verklaringen beschreven.

En hoe staat het met het lichaamsbeeld van Nederlandse mannen? Zijn Nederlandse mannen in de ban van schoonheidsidealen, en voelen zij zich onder druk staan om iets aan hun uiterlijk te doen? Cosmeticsfabrikanten doen alvast wel hun best om allerlei producten voor mannen te ontwikkelen. De rol van de man en de betekenissen van mannelijkheid zijn in beweging. Dit kan ook niet anders, want de betekenissen van vrouw-zijn en man-zijn verwijzen naar elkaar en bestaan in samenhang met elkaar.

Er is minder onderzoek gedaan naar mannen dan naar vrouwen, maar uit de gegevens waarover we beschikken, blijkt dat Nederlandse mannen best tevreden zijn. Wel zouden mannen wat gespierder willen zijn. Maar de algemene conclusie is toch dat de Nederlandse man als gemiddelde

groep meer tevreden is over het eigen uiterlijk dan de Nederlandse vrouw. Internationaal zien we dezelfde trend.

We beoordelen ons uiterlijk aan de hand van een beeld. We kijken dan als het ware van buiten naar binnen. We ervaren ons lichaam echter ook van binnenuit. Ervaren we ons lichaam als eigen of als vreemd?

Lichamelijke ervaring – ook de ervaring van je eigen lichaam zoals je dat van binnenuit voelt – impliceert een ‘van buitenaf’, zo schrijft Slatman (2008, p. 160). ‘We zijn materiële lichamen die net als alle andere materie geraakt kunnen worden, maar daarnaast kunnen we ook voelen dat we geraakt worden: wij ervaren onze eigen geraaktheid. Wij hebben een verhouding tot, of een relatie met onze eigen materialiteit.’

Het lichaam kan opgevat worden als een ding dat je hebt, maar ook als iets wat je bent. Aanraken en aanraking zijn kernbegrippen om deze dubbelheid van het lichaam te begrijpen. Ik probeer in dit boek wat meer helderheid te verschaffen over de rol van aanraking in het beleven van ons lichaam, en daarmee onze afhankelijkheid ten opzichte van elkaar.

Onze samenleving staat in het teken van het perfectioneren van het uiterlijk door gezond te leven en door technologische mogelijkheden om er jonger en mooier uit te zien. Bij elke nieuwe techniek bedenken we of we daar wel of geen gebruik van willen maken. Wat doet dat met ons lichaams- en zelfbeeld?

We hebben een beeld van ons lichaam, aan de hand waarvan we ons uiterlijk beoordelen. Dat beeld wordt tijdens ons leven opgebouwd in contact met anderen, en doordat we onszelf met anderen vergelijken. Als ik mij niet zou vergelijken met anderen, zou ik helemaal geen uitspraak kunnen doen over mijn schoonheid. Zonder een beeld van schoonheid kunnen wij ons uiterlijk niet beoordelen. Als ik zeg: ‘Ik

ben mooi', dan vergelijk ik mijzelf met een normgroep. Een normgroep kan een leeftijdsgroep zijn waartoe ik behoor, maar ook een ideaalbeeld dat door de cultuur wordt aangeboden.

Juist in de adolescentie is de groep waartoe je behoort, waarin je leeft en waarmee je op school zit een belangrijke spiegel voor hoe je over je eigen uiterlijk gaat denken. Tijdens de lagerschoolperiode waren ouders nog de belangrijkste spiegels, nu zijn dat vrienden en vriendinnen en de ideaalbeelden in de media. Bedenk dat vrijwel alle beelden in de media gefotoshopt zijn. Elke oneffenheid is weggewerkt en er wordt dan ook een volkomen onrealistisch ideaalbeeld gecreëerd. Borsten worden met één klik van de muis vergroot, en tailles worden ingesnoerd. Sinds 2003 zijn er verschillende metamorfoseprogramma's op de televisie te zien. Al deze programma's benadrukken de ontevredenheid van vrouwen en mannen met hun uiterlijk. Hun lichamen worden met slechte belichting getoond, en er worden verhalen vol verdriet verteld. Al deze programma's maken reclame voor cosmetische ingrepen als een oplossing voor ongelukkig zijn. Aan het eind zien we stralende mensen die opgenomen worden in een kring van applaudiserende familieleden en vrienden. Is het echt zo eenvoudig? Zijn we echt ongelukkig door ons uiterlijk, of is dat alleen een kapstok om onze leegte en verdriet aan op te hangen? Hoe gaat het met deze mensen een jaar na de ingrepen?

Sociale vergelijking speelt een belangrijke rol bij het waarderen van ons lichaam. Kijken, waarnemen is geen neutraal proces, maar sterk verbonden met oordelen. Wij beoordelen ons uiterlijk als we in de spiegel kijken op basis van hoe we door anderen gezien willen worden. Gefixeerd staren we naar dat deel van het gezicht of lichaam dat niet naar wens is.

Open, onbevooroordeeld kijken is heel erg moeilijk. Soms

lukt het ons nog weleens als we al volwassen zijn en een nieuwe ervaring opdoen. Stel, je bent nog nooit in Rome geweest. Open en nieuwsgierig ga je de hoek van een straat om. Wat is hier te zien? Je ruikt en hoort de stad. Je proeft nieuwe gerechten, en raakt bruggen en beelden aan.

We hebben nog geen vastomlijnd idee in ons hoofd, geen schema en kunnen dus open kijken naar wat er te zien is. Wat een genoegen, wat een schoonheid ervaren we dan. Al snel gaan we echter op zoek naar herkenning, naar overeenkomsten, naar beelden en schema's en proberen de nieuwe ervaring ergens in te passen in wat we al kennen. Films die zich in Rome afspelen, Journaalbeelden, geschiedenislessen, ze komen terug in onze herinnering. Al snel kijken we met dat opgebouwde beeld in ons hoofd en niet meer open, niet meer met al onze zintuigen. Wij kijken dus bijna altijd vanuit een frame, vanuit een idee of beeld naar onszelf, andere mensen en de omringende wereld. Alleen jonge kinderen en volwassenen die een totaal nieuwe ervaring opdoen, kunnen echt open kijken. Vanuit een opgebouwd beeld kijken we op een oordelende manier naar onszelf.

We beoordelen ons gezicht en lichaam aan de hand van ideale beelden in de media en eerdere ervaringen met andere mensen, en bijna altijd valt ons oordeel negatief uit. We halen het niet bij gemanipuleerde beelden en zelfs fotomodellen halen hun eigen gecreëerde beeld niet.

Toen het model Veronica Webb gevraagd werd hoeveel tijd het haar kostte om haar natuurlijke schoonheid te produceren, antwoordde ze: 'Twee uur en tweehonderd dollar... zelf zou het me nooit lukken om eruit te zien zoals ik eruitzie in een tijdschrift' (Etcoff, 1999).

Hoe meer beelden van gemanipuleerde schoonheid we zien, hoe ontevredener we worden. Zelfs het even bladeren in een vrouwentijdschrift in de wachtkamer maakt al dat deze beelden invloed hebben op het lichaamsbeeld, zo bleek uit

onderzoek. De vrouwen die slechts enkele minuten tijdschriften bekeken, waren ontevredener dan de groep die dat niet had gedaan. Als enkele minuten kijken naar ideaalbeelden al invloed heeft, dan kunnen we wel stellen dat de duizenden beelden die wij op ons netvlies krijgen een enorme impact moeten hebben. Meta-analyses uit 2008 van Grabe en collega's tonen duidelijk de negatieve effecten van mediabeelden op vrouwen. In hetzelfde jaar verscheen ook een meta-analyse over het effect van mediabeelden op mannen, en daaruit bleek hetzelfde: mannen voelen zich onder druk gezet door de gemanipuleerde gespierde ideaalbeelden (Barlett en collega's, 2008).

De namaakwereld tot maatstaf verheven

De hiervoor beschreven namaakwereld is door de globalisering over de hele wereld te zien in films, op het internet, in reclames, de modewereld en vrouwentijdschriften. Kunnen we spreken van een globaal schoonheidsideaal, of van een westers schoonheidsideaal? Zo op het oog lijkt het westerse schoonheidsideaal ook het universele schoonheidsideaal te zijn. Maar is het dat ook?

Alle hoofdstukken beginnen met een column, die eerder verschenen zijn op www.psychologievanhetuiterlijk.nl. In het eerste hoofdstuk beschrijf ik de ontwikkeling van een lichaamsbeeld. In het tweede hoofdstuk staat de ontwikkeling van het lichaamsbeeld van de puber centraal. De kern van hoofdstuk 3 is het lichaamsbeeld in de volwassenheid. De ontevredenheid over het uiterlijk is het thema van het vierde hoofdstuk. Hoofdstuk 5 heeft als titel 'Perverse perfectie'. Hierin bespreek ik de rol van technologische ontwikkelingen, en de invloed van reclames en massamedia. In hoofdstuk 6 ga ik in op de sekseparadox. Hoofdstuk 7 beantwoordt de vraag waarom perfectie lokt.

Tot zover een overzicht van de inhoud van de eerste uitgave van *Psychologie van het uiterlijk*. Voor deze herziene herdruk in 2020 schreef ik nog een extra hoofdstuk, over de ontwikkelingen van de laatste zeven jaren op het gebied van schoonheidsidealen.

Wat zijn de belangrijkste veranderingen? Instagram, ontstaan in 2010, is de laatste tien jaar uitgegroeid tot een van de grootste sociale netwerken, wereldwijd. Op dit moment telt Instagram meer dan één miljard maandelijks actieve gebruikers. Dit zijn vooral jonge mensen onder de 35 jaar. We brengen met elkaar ruim anderhalf uur per dag door op sociale media in Nederland, en jongeren van 15 tot en met 19 jaar zelfs meer dan twee uur per dag.

Dit betekent dat vooral jongeren in 2020 veel meer aan schoonheid gerelateerde beelden te zien krijgen dan in 2013.

Een tweede belangrijke verandering is dat het schoonheidsideaal voor vrouwen ronder en gekleurder is geworden.

De derde verandering waar ik in het laatste hoofdstuk aandacht aan besteed, is de verdere normalisering van cosmetische ingrepen, ook bij mannen.

Tot slot wil ik – want dat is voor mij toch het allerbelangrijkste – het idee aanvechten als zouden wij autonome, van elkaar afgescheiden individuen zijn. Ten diepste zijn we met elkaar verbonden en van elkaar afhankelijk.

Hoe ontstaat ons lichaamsbeeld?

Nooit eerder nam ons lichaam zo'n centrale plaats in bij de beoordeling van onszelf en anderen. Onze samenleving staat in het teken van het perfectioneren van het uiterlijk door gezond te leven, en van technologische mogelijkheden om er jonger en mooier uit te zien. We smeren zalfjes, slikken pillen en laten artsen snijden in ons eigen vlees. Doen we dat echt alleen maar voor onszelf?

Liesbeth Woertman houdt ons een spiegel voor in *Psychologie van het uiterlijk*. Ze maakt duidelijk dat ons zelfbeeld bestaat bij de gratie van anderen. De beelden uit de media en de mensen om ons heen beïnvloeden ons, ook zonder dat we dat in de gaten hebben. Zonder spiegel, geen zelfbeeld. Woertman kiest in dit boek niet alleen voor de psychologische invalshoek, maar gebruikt ook filosofische, biologische en sociologische inzichten om ons te leren hoe we onze 'imperfecties' kunnen omarmen.



Liesbeth Woertman is hoogleraar Psychologie aan de Universiteit Utrecht. Ze is expert op het gebied van lichaamsbeelden in relatie tot (sociale) media. Eerder schreef zij *Je bent al mooi; De schoonheid van imperfectie*. Daarnaast schrijft Woertman wekelijks columns op haar website psychologievanhetuiterlijk.nl.

www.uitgeverijtenhave.nl

