

W POGONI ZA PIĘKNEM – STRATYFIKACJA WZORÓW KULTURY FIZYCZNEJ W WYBRANYCH MAGAZYNACH LIFE-STYLOWYCH

Umasowienie kultury, które dokonało się w wyniku rozwoju technicznych środków przekazu, a także pojawienie się licznej zbiorowości ludzi gospodarujących czasem wolnym, spowodowało powstanie specyficznej postaci kultury symbolicznej, a mianowicie kultury masowej¹. Jak twierdzi Antonina Kłoskowska, dzięki kulturze masowej są przekazywane dużym rzeszom odbiorców identyczne bądź analogiczne treści². Wynika z tego, że kultura masowa ma znaczący wpływ na upowszechnianie współczesnych wzorów i wartości. Ponadto kultura masowa jest produktem nowoczesności, a przede wszystkim cywilizacji zachodnioeuropejskiej. Jest ona skutkiem, ale też i przyczyną procesów modernizacyjnych i globalizacyjnych³. Od wytworów kultury masowej współczesny człowiek nie może „uciec” i najczęściej przejawia oraz urzeczywistnia wzory i wartości przez nią przekazywane.

Jednym z wytworów kultury masowej jest prasa, a tym samym jeden z jej odłamów – prasa life-stylowa, czyli taka, która kreuje styl życia swoich odbiorców. Prasa life-stylowa jest poświęcona w dużej mierze modzie, urodzie, zdrowiu i stylowi życia oraz kreuje trendy w tych dziedzinach życia człowieka, dyktując ludziom, które wzory i wartości mają oni preferować i „konsumować”. Ponadto The International Federation of the Periodical Press (FIPP) zajmuje stanowisko, iż tym mianem określa się przeważnie tytuły, w których mamy do czynienia z zainteresowaniami konsumentów przejawiającymi się w sposobie życia, jaki wybierają oraz w rodzaju produktów lub usług, które nabywają.

Można jednocześnie zauważyć, że bogato ilustrowana prasa kobieca i męska wyjątkowo skutecznie „atakują” swoich odbiorców kolorowymi i krzykliwymi nagłówkami, czy też tytułami artykułów oraz pięknymi sesjami zdjęciowymi, co dodatkowo wzmacnia ich siłę oddziaływania. Powoduje to w wielu wypadkach internalizację wzorów i wartości tam eksponowanych.

¹ M. Golka (2007) *Socjologia kultury*, Warszawa, Scholar, s. 424.

² A. Kłoskowska (2005) *Kultura masowa*, Warszawa, PWN, s. 95.

³ M. Golka (2007) op. cit., s. 147.

Połączenie wyżej opisanych obserwacji na temat roli i znaczenia prasy life-stylowej w kulturze masowej z zainteresowaniami badawczymi lokowanymi w dziedzinie kultury fizycznej spowodowało, że celem badań uczyniono poznanie stratyfikacji wzorów kultury fizycznej w mediach właśnie. Innymi słowy, postanowiono uzyskać odpowiedź na pytanie, jakie wzory kultury fizycznej mają charakter dominujący, a jakie zanikający. W badaniach wykorzystano założenia teoretyczne wybitnego przedstawiciela nauk o kulturze fizycznej, a mianowicie typologię wzorów kultury fizycznej Zbigniewa Krawczyka. Jednak na potrzeby pracy dokonano operacjonalizacji tej typologii. Typologia wzorów kultury fizycznej:

- wzór estetyczny – dotyczy szeroko rozumianego wyglądu ciała człowieka, w tym także sposobów jego ubierania, poprawiania, upiększania i ozdabiania;
- wzór hedonistyczny – dotyczy seksualnego wykorzystania ciała jako źródła fizycznej przyjemności, inaczej ujmując, to sposób doświadczania przyjemności w sferze seksualnej człowieka;
- wzór ascetyczny – dotyczy pogardy dla ludzkiej cielesności, gloryfikacji sfery duchowej człowieka z jednoczesną degradacją jego sfery fizycznej;
- wzór higieniczny – dotyczy sposobów unikania i zapobiegania chorobom oraz działań mających na celu przedłużenie życia człowieka;
- wzór sprawnościowy – dotyczy sposobów rozwijania ogólnej sprawności fizycznej człowieka, która pozwala mu na realizację różnych marzeń, pasji, hobby lub też na aktywne spędzanie czasu wolnego;
- wzór agonistyczny – dotyczy sportowej rywalizacji, uprawiania sportów związanych z agonem oraz chęci przeżywania silnych emocji⁴.

Materiałem badawczym był rocznik 2009 dwóch magazynów life-stylowych dla kobiet, takich jak: *Twój Styl* i *Elle* oraz dwóch magazynów life-stylowych dla mężczyzn: *CKM* i *Playboy*. Spośród współcześnie ukazujących się magazynów prezentujących tematy związane z modą, urodą, zdrowiem i stylem życia nowoczesnych kobiet i mężczyzn do szczegółowej analizy wybrano te czasopisma, które są bardzo popularne, rozchodzą się w dużym nakładzie i pozycjonowane są wysoko w rankingach poczytności, stąd też dysponują znacznymi środkami finansowymi oraz mają duże możliwości oddziaływania na czytelników.

Dążąc do rozwiązania problemu badawczego wytypowano najbardziej adekwatne metody badawcze, które pozwoliły na zebranie wiarygodnych danych empirycznych, a także na dokonanie ich opracowania i analizy. Stąd też

4 Por. Krawczyk Z. (1997) *Kultura fizyczna*, W: Z. Krawczyk [red.] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Kultura fizyczna, sport*, Warszawa, Instytut Kultury.

wytypowano następujące metody: analizę treści literatury przedmiotu, analizę treści wybranych magazynów life-stylowych, metodę idiograficzną, metodę nomotetyczną, metodę aksjologiczną. Narzędziem badawczym był autorski „Przewodnik do analizy wzorów kultury fizycznej w magazynach life-stylowych”⁵. Ponadto za dominujące wzory kultury fizycznej przyjęto te wzory, których łączna liczba, tj. suma informacji krótkich, artykułów rozwiniętych i zdjęć, w danym magazynie wynosiła 100 i więcej. Natomiast za zanikające wzory kultury fizycznej przyjęto te wzory, których łączna liczba w danym magazynie wynosiła od 0 do 99.

Podjęte badania empiryczne miały na celu opisanie, zdiagnozowanie, wyjaśnienie, zinterpretowanie, zrozumienie i rangowanie dominujących i zanikających wzorów kultury fizycznej w wybranych magazynach life-stylowych.

Wyniki badań własnych

Zgromadzony materiał empiryczny pozwolił określić stratyfikację wzorów kultury fizycznej w wybranych kobiecych i męskich magazynach life-stylowych. Pozwoliło to na nadanie wzorom kultury fizycznej określonej hierarchii. Badania pozwoliły stwierdzić, że dominującym wzorem kultury fizycznej w kobiecych magazynach life-stylowych jest wzór estetyczny. Wzory kultury fizycznej w magazynie *Twój Styl* przedstawia tabela 1.

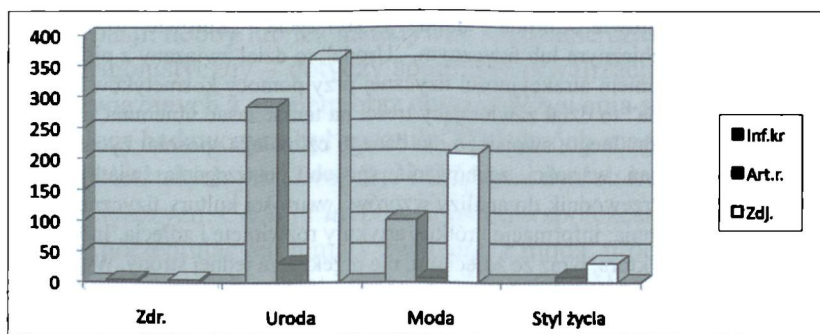
5 „Przewodnik do analizy wzorów i wartości kultury fizycznej” dzielił dany magazyn na następujące działy: „zdrowie”, „uroda”, „moda” i „styl życia”. „Zdrowie” to dział związany z samopoczuciem psychicznym lub fizycznym. „Uroda” to dział związany z pielęgnacją twarzy i ciała, ze zwiększaniem atrakcyjności fizycznej przy pomocy kosmetyków lub zabiegów pielęgnacyjnych. „Moda” to dział zawierający treści na temat zasad ubierania się. Dział „styl życia” dotyczy indywidualnego, swoistego dla danego człowieka sposobu bycia: ogółu cech, motywów, zainteresowań, wartości, zachowania, sposobu postrzegania świata i reagowania na niego. Następnie „Przewodnik do analizy wzorów i wartości kultury fizycznej” w każdym z tych działów wyodrębnia: informacje krótkie, artykuły rozwinięte i zdjęcia. Informacja krótka oznacza informację, która, wraz ze zdjęciami, nie przekracza jednej strony. Wyjątek to informacje do sesji zdjęciowych, gdyż sesje mogą być kilkustronicowe, lecz informacje je opisujące to zwykle kilka zdań oraz informacje na temat określonych kosmetyków, ubrań, dodatków, które też są bardzo krótkie, choć zdjęcia do nich mogą zajmować więcej niż jedną stronę. Za artykuł rozwinięty przyjęto artykuł wraz ze zdjęciami, który przekracza objętość jednej strony. Natomiast do zdjęć zakwalifikowane zostały: reklamy oraz zdjęcia do informacji krótkich i artykułów rozwiniętych. Przy czym zdjęcie duże to zdjęcie zajmujące mniej niż jedną stronę, ale więcej niż pół strony. Zdjęcie średnie to zdjęcie poniżej połowy strony, lecz większe niż ćwierć strony, a zdjęcie małe to zdjęcie poniżej ćwierć strony. Przewodnik ten klasyfikuje daną informację krótką, artykuł rozwinięty bądź zdjęcie nie tylko do określonego działu, ale również do odpowiedniego wzoru lub, co umożliwia ilościową ocenę wzorów i wartości kultury fizycznej w każdym numerze analizowanych czasopism. W sytuacji, gdy wzór kultury fizycznej w danym magazynie odnosił się, i do kobiet, i do mężczyzn, to pierwsza liczba wskazuje wzór wśród kobiet, a druga po ukośniku – wśród mężczyzn (np. 4/2).

Tabela 1. Wzory kultury fizycznej w *Twoim Stylu* nr 1-12/2009

		Działy											
		Zdrowie			Uroda			Moda			Styl życia		
		Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.
wzór	estetyczny	2	-	2	284	30	362	101	7	202/6	-	9	29/2
	hedonistyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1
	ascetyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	higieniczny	27	18	35	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	sprawnościowy	-	4	1	-	-	3	-	-	1	3	12	11
	agonistyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-

Źródło: badania własne.

Analiza danych zawartych w tabeli 1 wskazuje, że w *Twoim Stylu* dominującym wzorem kultury fizycznej jest wzór estetyczny. Do zanikających wzorów kultury fizycznej w tym magazynie należy kolejno: wzór ascetyczny, wzór agonistyczny, wzór hedonistyczny, wzór sprawnościowy i wzór higieniczny. Ponadto, dane zawarte w tabeli 1. pokazują, że dominujący wzór kultury fizycznej w *Twoim Stylu*, czyli wzór estetyczny, to razem 1035 informacji krótkich, artykułów rozwiniętych i zdjęć w takich działach, jak: zdrowie, uroda, moda i styl życia, co stanowi 89,54% wszystkich przekazów w tym piśmie. Wzór ten tylko w 6 zdjęciach w dziale „moda” oraz w 2 zdjęciach w dziale „styl życia” odnosi się do mężczyzn. Natomiast pozostałe informacje krótkie, artykuły rozwinięte i zdjęcia przedstawiające wzór estetyczny w tym magazynie dotyczą kobiet. Szczegółowy obraz wzoru estetycznego w *Twoim Stylu* prezentuje wykres 1.



Ryc. 1. Wzór estetyczny w *Twoim Stylu* nr 1-12/2009 (źródło: badania własne).

Analiza danych zawartych w wykresie 1. wskazuje, że wzór estetyczny w *Twoim Stylu* jest najobszerniej przedstawiony w dziale „uroda” (razem 676 przekazów), a najmniej obszernie – w dziale „zdrowie” (łącznie 4 przekazy). Ponadto, najliczniejsze w tym wzorze są zdjęcia w dziale „uroda” (362 zdjęcia), a najmniej liczne: informacje krótkie i zdjęcia w dziale „zdrowie” (2 in-

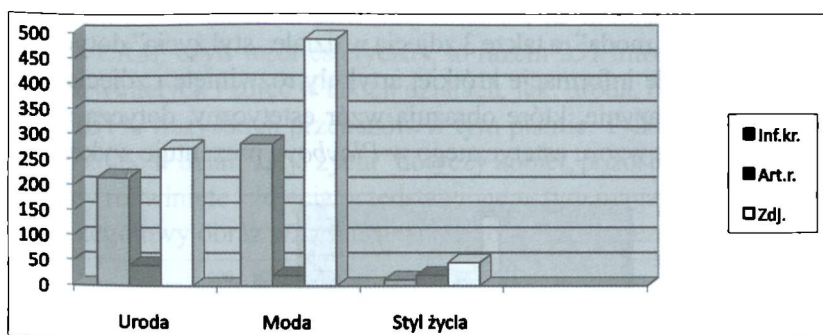
formacje krótkie i 2 zdjęcia) oraz artykuły rozwinięte w dziale „moda” (7), a także artykuły rozwinięte w dziale „styl życia” (9). Natomiast wzory kultury fizycznej w magazynie w *Elle* prezentuje tabela 2.

Tabela 2. Wzory kultury fizycznej w *Elle* 1-12/2009

		Działy											
		Zdrowie			Uroda			Moda			Styl życia		
		Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.
WZÓR	estetyczny	-	-	-	215	41	272	282	21	479/8	12	21	46
	hedonistyczny	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	11	
	ascetyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	higieniczny	2	-	3	-	-	-	-	-	-	1	1	
	sprawnościowy	-	-	-	-	4	1	-	-	2	3	3	5
	agonistyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1		

Źródło: badania własne.

Z analizy danych zawartych w tabeli 2. wynika, że w *Elle* dominującym wzorem kultury fizycznej jest wzór estetyczny. Zanikające wzory kultury fizycznej w tym magazynie to kolejno: wzór ascetyczny, wzór agonistyczny, wzór higieniczny, wzór hedonistyczny i wzór sprawnościowy. Dane zawarte w tabeli 2. dowodzą również, że dominujący wzór kultury fizycznej w *Elle*, wzór estetyczny, to łącznie 1397 informacji krótkich, artykułów rozwiniętych i zdjęć w takich działach, jak: uroda, moda i styl życia, co stanowi 97,22% wszystkich przekazów tego magazynu. Tylko 8 zdjęć w dziale „moda” dotyczy mężczyzn, pozostałe informacje krótkie, artykuły rozwinięte i zdjęcia przedstawione w tym magazynie dotyczą kobiet. Szczegółowy obraz wzoru estetycznego w *Elle* prezentuje wykres 2.



Ryc. 2. Wzór estetyczny w *Elle* nr 1-12/2009 (źródło: badania własne).

Analiza danych zawartych w wykresie 2. wskazuje, że wzór estetyczny w *Elle* jest najobszerniej przedstawiony w dziale Moda (razem 790 przekazów), a najmniej obszernie – w dziale „styl życia” (łącznie 79 przekazów). Ponadto najliczniejsze w tym wzorze są zdjęcia w dziale „moda” (487 zdjęć,

z czego 479 zdjęć dotyczy kobiet, a 8 – mężczyzn), a najmniej liczne – informacje krótkie w dziale „styl życia” (12 informacji krótkich). Wzór estetyczny w *Elle* nie został zobrazowany w dziale „zdrowie”

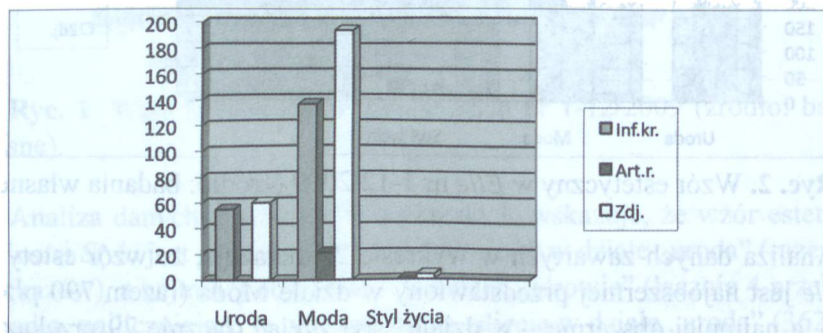
W świetle wyników badań dominującym wzorem kultury fizycznej w męskich magazynach life-stylowych również jest wzór estetyczny. Wzory kultury fizycznej w magazynie *Playboy* przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Wzory kultury fizycznej w *Playboy* 1-12

		Działy											
		Zdrowie			Uroda			Moda			Styl życia		
		Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.
WZÓR	estetyczny	-	-	-	0/55	-	0/60	12/124	1/20	30/164	-	0/1	3/1
	hedonistyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2	3
	ascetyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
	higieniczny	2	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	sprawnościowy	-	-	-	-	-	-	2	-	2	1	2	3
	agonistyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	6	19

Źródło: badania własne.

Analiza danych zawartych w tabeli 3. wskazuje, że w *Playboyu* dominującym wzorem kultury fizycznej jest wzór estetyczny. Do zanikających wzorów kultury fizycznej w tym magazynie należy kolejno: wzór ascetyczny, wzór higieniczny, wzór hedonistyczny, wzór sprawnościowy i wzór agonistyczny. Ponadto, dane zawarte w tabeli 3. pokazują, że w *Playboyu* dominujący wzór kultury fizycznej, wzór estetyczny, to razem 471 informacji krótkich, artykułów rozwiniętych i zdjęć w takich działach, jak: uroda, moda i styl życia, co stanowi 88,7% wszystkich przekazów w tym magazynie. 12 informacji krótkich, 1 artykuł rozwinięty i 30 zdjęć w dziale „moda”, a także 3 zdjęcia w dziale „styl życia” dotyczą kobiet. Natomiast pozostałe informacje krótkie, artykuły rozwinięte i zdjęcia przedstawione w tym magazynie, które obrazują wzór estetyczny dotyczą mężczyzn. Szczegółowy obraz wzoru estetycznego w *Playboyu* prezentuje wykres 3.



Ryc. 3. Wzór estetyczny w *Playboyu* nr 1-12/2009 (źródło: badania własne).

Analiza danych zawartych w wykresie 3. wskazuje, że wzór estetyczny w *Playboyu* jest najobszerniej przedstawiony w dziale „moda” (razem 351 przekazów), a najmniej obszernie – w dziale „styl życia” (łącznie 5 przekazów). Ponadto najliczniejsze w tym wzorze są zdjęcia w dziale „moda” (194 zdjęcia), a najmniej liczne: artykuły rozwinięte w dziale „styl życia” (1 artykuł rozwinięty) oraz zdjęcia w tym samym dziale (łącznie 4 zdjęcia). Wzór sprawnościowy w *Playboyu* nie występuje w artykułach rozwiniętych w dziale „uroda”, w informacjach krótkich w dziale „styl życia”, a także w ogóle nie występuje w dziale „zdrowie”. Z kolei wzory kultury fizycznej w magazynie *CKM* prezentuje tabela 4.

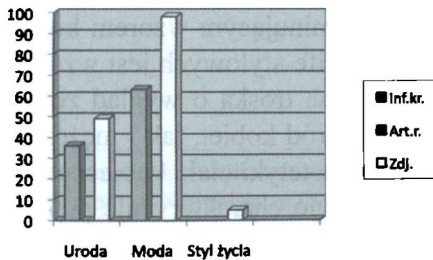
Tabela 4. Wzory kultury fizycznej w *CKM-ie* 1-12/2009

	Działy											
	Zdrowie			Uroda			Moda			Styl życia		
	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.	Inf.kr.	Art.r.	Zdj.
wzór estetyczny	-	-	-	0/36	-	0/49	0/63	-	11/87	-	-	5/0
hedonistyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	11	15
ascetyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
higieniczny	3	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
sprawnościowy	-	-	-	-	-	-	1	-	1	12	10	24
agonistyczny	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	7	10

Źródło: badania własne.

Z analizy danych zawartych w tabeli 4. wynika, że w *CKM* dominującym wzorem kultury fizycznej jest wzór estetyczny. Zanikające wzory kultury fizycznej w tym magazynie to kolejno: wzór ascetyczny, wzór higieniczny, wzór agonistyczny, wzór hedonistyczny i wzór sprawnościowy.

Dane zawarte w tabeli 4. dowodzą również, że dominujący wzór kultury fizycznej w *CKM*, czyli wzór estetyczny, to razem 251 informacji krótkich, artykułów rozwiniętych i zdjęć w takich działach, jak: uroda, moda i styl życia, co stanowi 70,31% wszystkich przekazów w tym piśmie. Tylko 11 zdjęć w dziale „moda” i 5 zdjęć w dziale „styl życia” dotyczy kobiet, pozostałe informacje krótkie, artykuły rozwinięte i zdjęcia przedstawione w tym magazynie dotyczą mężczyzn. Szczegółowy obraz wzoru estetycznego w *CKM* prezentuje wykres 4.



Ryc. 4. Wzór estetyczny w *CKM-ie* nr 1-12/2009 (źródło: badania własne).

Analiza danych zawartych na wykresie 4. wskazuje, że wzór estetyczny w *CKM* jest najobszerniej przedstawiony w dziale „moda” (razem 161 przekazów), a najmniej obszernie – w dziale „styl życia” (tylko 5 zdjęć). Ponadto najliczniejsze w tym wzorze są zdjęcia w dziale „moda” (98 zdjęć, z czego 11 zdjęć dotyczy kobiet, a 87 – mężczyzn). Wzór estetyczny w *Elle* nie został zobrazowany w artykułach rozwiniętych w działach: „uroda” i „moda”, w informacjach krótkich i artykułach rozwiniętych w dziale „styl życia”, a także w ogóle w dziale „zdrowie”

Wnioski

Zgromadzony materiał empiryczny pozwolił określić stratyfikację wzorów kultury fizycznej w wybranych kobiecych i męskich magazynach life-stylowych. Pozwoliło to na nadanie wzorom kultury fizycznej określonych miejsc w tej stratyfikacji.

Pierwszym dominującym wzorem kultury fizycznej, w kobiecych i męskich magazynach life-stylowych, jest wzór estetyczny.

Wzór hedonistyczny jest trzecim w kolejności (w *Twoim Stylu* i *Playboyu*) lub czwartym (w *Elle* i *CKM-ie*) wzorem zanikającym w analizowanych magazynach life-stylowych.

Wyniki badań wskazały, że wzór ascetyczny jest pierwszym zanikającym wzorem kultury fizycznej w kobiecych i męskich magazynach life-stylowych oraz nie jest on obecny w żadnym przekazie w analizowanych pismach.

Wzór higieniczny w wybranych magazynach life-stylowych jest zanikający (w *Playboyu* i *CKM* jest to drugi w kolejności wzór zanikający, w *Elle* – trzeci w kolejności, a w *Twoim Stylu* – piąty w kolejności).

W świetle wyników badań wzór sprawnościowy jest wzorem zanikającym (w *Twoim Stylu* i *Playboyu* jest to czwarty w kolejności wzór zanikający, a w *Elle* i *CKM* – piąty wzór zanikający).

W wybranych magazynach life-stylowych wzór agonistyczny jest przedstawiany jako wzór zanikający wśród kobiet i mężczyzn (w *Twoim Stylu* i w *Elle* jest to drugi w kolejności wzór zanikający, w *CKM* – trzeci w kolejności, a w *Playboyu* – piąty).

Badania dowiodły, że dominującym wzorem kultury fizycznej w kobiecych i męskich magazynach life-stylowych jest wzór estetyczny. Tłumaczyć to można faktem, iż społeczna troska o wygląd zewnętrzny jest współcześnie powszechna zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn. Chociaż zauważyć można różnice w kreowaniu estetyki ciała kobiecego i męskiego w tych magazynach⁶, to człowiek, którego charakteryzuje piękno doskonale wyglądają-

⁶ Analiza treści magazynów life-stylowych pozwala na stwierdzenie, że w *Twoim Stylu* i *ELLE* kobieta jest przedstawiana jako ponadprzeciętnie wysoka, szczupła (wręcz chuda), elegancko ubrana, zadbana, umalowana i uczesana zgodnie z najnowszymi trendami w modzie,

jącego ciała jest obecnie szanowany i podziwiany przez innych, co świadczy o tym, że wzór ten odgrywa ważną rolę w społeczeństwach nowoczesnych i w kulturze masowej. Tymczasem, zgodnie z obecnie panującymi poglądami, w społeczeństwie postmodernistycznym dominującymi wzorami jest wzór estetyczny i hedonistyczny, a badania wskazały, iż w prasie life-stylowej wzór hedonistyczny jest wzorem zanikającym. Rozbieżności te można tłumaczyć faktem, iż w magazynach life-stylowych preferowane wzory i wartości są konsekwencją wpływania na te czasopisma świata biznesu dbającego o promowanie tych wzorów i wartości, które są związane ze sprzedażą towarów i usług związanych z wszechobecną modą i potrzebą dbałości o urodę oraz piękno ciała. Innymi słowy, prawdopodobnie zawartość omawianych magazynów jest konsekwencją obecności w nich treści sponsorowanych przez firmy i korporacje, a podstawowym ich celem jest promowanie tych wzorów i wartości, które w sposób bardziej lub mniej bezpośredni przyczynią się do zwiększenia zysków.

Niemniej jednak wszechobecne medium, jakim jest prasa, mimo znaczącej roli Internetu i telewizji, nadal kreuje styl życia wielu jednostek. Z wyników badań wyłania się obraz człowieka intensywnie skoncentrowanego na wyglądzie zewnętrznym – na estetyce, przyozdabianiu, ubieraniu/przebieraniu ciała, na jego urodzie, dbałości i odpowiedniej budowie, człowieka, który, egzystując w kulturze masowej, pomija wartości duchowe, a intensywnie „goni” za pięknem cielesnym.

zaś mężczyzna – jako wysoki, szczupły bądź delikatnie rozbudowany, elegancko ubrany zgodnie z najnowszymi trendami w modzie. Natomiast w *Playboyu* i *CKM-ie* kobieta jest przedstawiana jako szczupła, ale nie chuda, z krągłymi piersiami i biodrami, o różnym wroście, często niskim, jest ona mocno umalowana, ma jasne blond włosy lub kruczo czarne, emanuje seksapilem, a mężczyzna – jako wysoki, barczysty, umięśniony, zadbany i ubrany zgodnie z najnowszymi trendami w modzie.