

المرأة سبب للمتاعب النفسية عند الرجال والنساء

رجال ينظرون إلى المرأة أكثر من النساء الحالمات بالمظهر المثالي



ضغوط الصورة

من البثور التي قد تظهر على وجهها، وتقضي أقل من هذه المدة (50 دقيقة) في اختيار الملابس التي سترتديها ثم تقضي ساعة ونصف الساعة في الأسبوع أيضا في فحص نفسها للتثبت من أن ملابسها تناسبها.



الرجال ينظرون إلى أنفسهم في المرآة بمعدل 23 مرة في اليوم، أكثر بكثير من شركياتهم الإناث

وقد تقضي حوالي نصف ساعة من التذمر من حجم ثدييها وتظل تشكي لمدة ساعة في الأسبوع من شعرها. وكل هذا يثير ذعرها.

وذوات المنحنيات المثالية، ولكن في الواقع لا وجود لهن لأنه يتم تشكيلهن من الصفر عن طريق البرمجيات المعدة لتعديل الصورة. واستنكرت الممثلة الهولندية دوتزن كراوس مؤخرا هذه الموجة الجارفة للتعديل الممنهج للصور من خلال برمجة كالفوتوشوب معتبرة "أنها لم تخلق شيئا سوى أجساد غير واقعية وخيالية".

وأشارت دراسة سابقة أجريت في إنكلترا على عينة من 2000 امرأة إلى مدى الضرر النفسي الذي يلحقه البحث عن الشكل والصورة المثاليين، حيث تبين أن البريطانيات يقضين ما مجموعه 627 ساعة و28 دقيقة في السنة في القلق بشأن لياقتهن البدنية أو مظهرهن: لون البشرة، حجم الثديين، قوام الشعر أو الملابس التي يرتدينها، كلها مسائل قابلة للنقاش مع الذات أمام المرأة، إلى حد قضاء ما يناهز شهرا كامل في السنة في القيام بذلك. ونجح الباحثون عند إجراء البحث في تحديد الوقت الذي يمضيه الناس في اللوم وتآنيب الذات بشأن المظهر، وهو ما يبرهن على وجود العديد من العقد النفسية في علاقة الإنسان بجسده. وعلى سبيل المثال المرأة المتوسطة تضمضي حوالي 56 دقيقة في الأسبوع في القلق

السليمة فيما تركن الأصغر سنا على مستحضرات التجميل والموضة. ليس سيقا ولا معلومة جديدة القول إن النساء كائنات معقدة نفسيا، لكن ما نعرفه أنهن يقضين أوقاتا كثيرة في التآنيب ولوم النفس بسبب أجسادهن، وتشعر بعضهن بالذعر بمجرد النظر في المرآة، وكشفت دراسة حول الوقت الذي يمضينه في السنة للقيام بذلك أن النساء اللاتي لا يشتركن من وجود عيوب وعقد بسبب مظهرهن قليلات جدا.

* 627 ساعة من الذعر

وتقر عارضة الأزياء الأسترالية ميراندا كير بأنه حتى عارضات الأزياء تنقصهن الثقة في أنفسهن وتبدو لهن العيوب في مظهرهن وأجسادهن وتقول إن "عارضات الأزياء يمثلن الشخصيات الأكثر تعقيدا من بين الفتيات اللاتي عرفتهن". وتقول الكثير من النساء إن ما يسبب العقد تجاه الجسد بالنسبة للكثير منهن هو صورة المرأة المثالية التي تنقلها وسائل الإعلام. الصور التي تراها في المجلات وتتم إعادة تزيينها بشكل مبالغ فيه، حيث النساء النحيفات

ويوضح جيروم سانت ماري "لكن حياتهن لها تأثير كبير على علاقتهن بأجسادهن، وهذا ما تظهره هذه الدراسة".

وبحسب نتائج نفس الإحصاء لترافيمنا الذي أنجز عبر الإنترنت على مجموعة تضم أكثر من ألف امرأة يبلغن 18 سنة فما فوق في فرنسا فإن 42 بالمئة من النساء ينظرن بشكل دوري في المرآة لأجسادهن عاريات ويقلن إنهن راضيات على مظهرهن وفخورات به، لكن حوالي 26 بالمئة يفدن بأنهن يشعرن بعدم الرضا وبالإحباط عند النظر لأنفسهن في المرآة.

ويرى جيروم أن اللاتي يفضلن عدم النظر لأجسادهن في المرآة هن اللامباليات، ونسبة 25 بالمئة منهن ينظرن لأنفسهن لمرة واحدة في الأسبوع أو الأسبوعين. وتتبع المعجبات بأنفسهن نظام حياة خاصا للاحتفاء بجمال مظهرهن وتختار النسبة الأكبر منهن (48 بالمئة) نظاما غذائيا صحيا للمحافظة على رشاقتهن ويولين للتغذية أهمية أكبر من الممارسة المنتظمة للتمارين الرياضية، وكذلك تهتم 29 بالمئة منهن باقتناء مواد التجميل. وفي ما يخص الطريقة الأمثل للعناية بالجسد يلعب العمر دورا مؤثرا حيث تختار الأكبر سنا التغذية

كثيرا ما يعلق الرجال بهتكهم، عن الوقت الذي تقضيه النساء في الحمام صباحا ليصبحن جميلات، وغالبا ما يشتكي الأزواج من الانتظار وقتا طويلا حتى تنتهي زوجاتهم من الاستعداد للخروج من البيت، لكن دراسات علمية أثبتت أن الرجال يتأملون أنفسهم أكثر من النساء في المرآة في الواقع وأنهم يقلقون أكثر من السيدات مما تقولهم لهم مراهيم.

باريس - تقول الفكرة السائدة إن النساء لا يستطعن الابتعاد عن المرأة وأنهن سرعان ما يعدن للنظر فيها، وقد كتبت في ذلك العديد من الحكايات والروايات والقصص والتي تثير جميعها علاقة المرأة بالمرآة وبجسدها وبجمالها وتأثير ذلك على حالتها النفسية. في المقابل لا تتناول الكثير من الكتابات علاقة الرجل بالمرآة وبجسده وقلقه حول ما يبدو له في ظلها بالمرآة. البحث العلمي تكفل بدراسة هذه المسألة.

* نساء لا تعجبهن أشكالهن

ما يقرب من ثلث من كل أربع نساء يعتبرن أجسادهن جزءا من هويتهن، وفق مسح معهد الإحصاء الفرنسي "سي. أس.إ." لجمعية فرنسية تدافع عن النساء الفرنسيات ترافيمنا (Terrafemina). فهل يمكن اعتبار هذا الرقم دليلا على وجود علاقة سلمية بين المرأة وجسدها؟

تكشف نتائج المسح أن 42 بالمئة فقط من النساء راضيات عن أجسادهن وعن هيئاتهن، وأكثر من 26 بالمئة لا يروق لهن مظهرهن، والأسوء أن نسبة 15 بالمئة من النساء يعتبرن أجسادهن عائقا أمام تحقيق نواتهن.

وتتراوح علاقات النساء بأجسادهن بين المعقدة والسليمة وغير المبالية، فبينما تعتبر 72 بالمئة منهن بحسب إحصاء ترافيمنا الجسد عنصرا مهما في هويتهن، فإن نوعية العلاقة تختلف باختلاف النساء في رأي جيروم سانت ماري مدير قسم الرأي في معهد الإحصاء الفرنسي "CSA" مؤكدا أن "العمر يلعب دورا ثانويا، لكن هذا المتغير كان متوقعا للغاية. أما الأمر الأكثر إثارة للدهشة فهو العلاقة الاجتماعية - المهنية. بالنسبة لـ23 بالمئة من النساء من اللإطارات فإن المظهر يمثل رصيذا ونقطة قوة وعاملا يساعد على النجاح، بينما يمثل الجسد لنسبة 22 بالمئة من فئة العاملات عائقا؛ "لذلك فإن العلاقة بالجسد ترتبط ارتباطا وثيقا بموقعنا في المحيط الاجتماعي".

وتبدو الفرنسيات مختلفات جدا في ما يتعلق بهذه المسألة فاقلية منهن فقط يعتبرن أن للمظهر دورا حاسما (15 بالمئة يربنه عائقا، وهو بنظرن عامل عقابي، ونسبة 13 بالمئة يرين الجسد نقطة قوة، ووسيلة للإغواء). وبالنسبة لربعهن (26 بالمئة) فإن المظهر يعد "معيارا مهما للاعتراف بقيمتين في المستويين الاجتماعي والمهني" بينما تعتقد 36 بالمئة من الفرنسيات بأنه "ليس له أي تأثير على حياتهن".

وأظهرت دراسة بريطانية أن الرجال ينظرون إلى أنفسهم في المرآة بمعدل 23 مرة في اليوم، أكثر بكثير من شركياتهم الإناث. كما أظهر استطلاع للرأي أجري على ألف رجل بريطاني، من قبل موقع "أفاج" (AVAL) للرجل الخاص بالأزياء والجمال، أن الرجال يحبون أن ينظروا إلى أنفسهم بمعدل 23 مرة في اليوم، مقارنة بـ16 مرة للنساء.

وتميل النساء إلى التثنت من أن تسريحة الشعر لا تشوبها شائبة وأن مكيجهن لم يسبل، في حين يتجه الرجال للمرأة في معظم الأحيان لمجرد أنهم يحبون النظر لأجسادهم، ويفيد هؤلاء بأنهم يقضون ما معدله 10 دقائق يوميا أمام المرآة، أي ما يعادل ستة أيام ونصف اليوم في السنة. ويعترف 11 بالمئة من هؤلاء الرجال بأنهم ينظرون لأنفسهم بإعجاب في المرأة أكثر من 30 مرة في اليوم.

* ماذا يشاهد الرجال

تقول نتائج الدراسة أن الجزء المفضل لدى الرجال والذي ينظرون إليه بإعجاب هو الزارعين بالنسبة للأغلبية الساحقة منهم (76 بالمئة)، ويشاهد 54 بالمئة منهم أرجلهم ويهتم 49 بالمئة منهم بابتساماتهم، و43 بالمئة يركزون على نظراتهم و38 بالمئة ينظرون إلى شعرهم.

بشكل عام، يعترف 82 بالمئة من الرجال الذين شملهم الاستطلاع بأهمية الحفاظ على المظهر الجذاب، ولهذا السبب يستخدم 67 بالمئة منهم ثلاثة مستحضرات تجميل على الأقل، ويقر 34 بالمئة منهم أنهم استخدموا مستحضرات تجميل لصديقاتهم أو شركياتهم.

وقال تسع بالمئة من الرجال المستجوبين أنهم يستخدمون بانتظام منتجات تجميل نسائية. وتوضح تريسي دينيسون، مديرة موقع أفاج، أن

الرجال يتفوقون على النساء في حس الفكاهة

الذكور الذين ينظمون جولة حول العالم لتقديم عروض يملؤون بها القاعات، والذين يتمتعون باهتمام الملايين من الناس وإعجابهم بينما يراهم الآخرون مميلين.

وقال غرينغروس خلال لقائه الذي بثته إذاعة بي.بي.سي البريطانية إن الكوميديا البريطانية سارة باسكو مضحكة أكثر من 99 بالمئة من الذكور في العالم.

وتعكس وجهات نظره ما قاله هيتشنز الذي أشار إلى أن الفكاهة تلعب دورا رئيسيا في الانجذاب بين الجنسين، وعادة ما تبحث النساء عن حس الفكاهة في شركائهن لأنه "يرتبط ارتباطا وثيقا بالذكاء".

وتابع غرينغروس "من جهة أخرى، يحبذ الرجال النساء اللاتي يضحكن على نكاتهم، مما جعل الرجال يتنافسون في ما بينهم خلال تاريخهم التطوري لإثارة إعجاب النساء بحسهم الفكاهي".

وقالت الكاتبة الأميركية فران ليبوتز مرة إن مدح المرأة لحس فكاهة الرجل يعادل مدحها لجمالها.

إنهن جاذبات للرجال بطبيعتهن. ولاعتبار الفكاهة علامة على الذكاء (ومع اعتقاد الكثير من النساء أنهن يهدين كبرياء الرجال إذا أبرزن ذكاهن)، قد لا يريد الرجال أن تكون المرأة مضحكة".

يحبذ الرجال النساء اللاتي يضحكن على نكاتهم، مما جعل الرجال يتنافسون في ما بينهم خلال تاريخهم التطوري لإثارة إعجاب النساء بحسهم الفكاهي

ولا نحتاج إلى التذكير بأن حس الفكاهة والمرح يختلف من شخص إلى آخر. لكن كيف يمكن للمرء قياس نجاح الممثلين الكوميديين؟ هل يقيهم بعدد متابعيهم على تويتر وإنستغرام أم بعدد العروض التي قدموها سنويا؟ نرى عددا لا يحصى من الكوميديين

كريستوفر هيتشنز ليصف "الفجوة في الفكاهة" في مجلة فانيتي فير زعم أن المرأة لا يمكن أن تكون مضحكة لأن الفكاهة تعد من الخصال التطورية غير الضرورية بالنسبة لها، وأنها تعتبر 50 بالمئة من الفكاهة من "القدارة" مما يجعلها تستبعدا من اهتماماتها تلقائيا.

واعتبر هيتشنز رجلا متحيزا جنسيا، وقال في مقالته إن "الرجال يهابون قدرة النساء على إجناب الأطفال"، وأن هذه الميزة تعد "سلطة لا يمكن تحديها"، مما أجبر الرجال على تعويض هذا النقص من خلال الإضحاك.

واعتقد هيتشنز أن النساء يضعن العالم الذكوري بأسره تحت رحمتهم. وقال هيتشنز "تتمثل مهمة الرجل الرئيسية في الحياة في إثارة إعجاب الجنس الآخر. فكان على الرجل العادي أن يجعل السيدة تضحك. لقد كان إضحاك النساء من الشواغل الأساسية في حياتي". وأضاف "لا تملك النساء حاجة مماثلة لجذب الرجال بهذه الطريقة.

إذاعة بي.بي.سي في المملكة المتحدة قائلا إن الأمر لا يتعلق بالادعاء بأن النساء غير قادرات على الإضحاك. وأشار إلى بعض الممثلات الكوميديات المضحكات مؤكدا أنه يعرف بعضهن شخصيا. وفي مقالة استقرازية كتبها الكاتب والناقد الأدبي الراحل

مرحلة طُلب فيها من الرجال والنساء المشاركين كتابة تعليق "مضحك" ليضاف إلى رسم كاريكاتوري. وطلب من مجموعة أخرى تقييم كل تعليق دون إعلامهم بجنس الشخص الذي ألفه.

وقال غرينغروس إن الرجال سجلوا نقاطا أعلى من النساء. كما أوضح على أمواج



لندن - قارنت دراسة حديثة حس الفكاهة بين الجنسين، وبدا الرجال أكثر مرحا من النساء. ووجدت الدراسة أن الرجال أكثر تسلية من النساء بنسبة 63 بالمئة. ماذا يعني هذا بالتحديد؟

رؤج الباحثون لهذه الدراسة كاول تحليل منهجي حول الفروق بين الجنسين في ما يتعلق بحس الفكاهة. وشمل البحث حزمة من البحوث ألف المشاركون فيها أعمالا كوميدية قيمتها مجموعة أخرى. لم يكن هؤلاء المشاركون من الكوميديين المحترفين، بل مجرد أناس عاديين.

ونظم ثلاثة باحثين هذه الدراسة، وهما ريجان وامراة، وشارك 5 آلاف شخص في التجارب، تحت إشراف الدكتور غيل غرينغروس، وهو خبير في علم النفس التطوري في جامعة أبريستويث في ويلز. وحسب غرينغروس، يحمل كل من الرجال والنساء هذه الصورة النمطية، لكن ذلك لا يعني انطباقها على الجميع. وتضمنت الدراسة