

# IMPACTUL MASS-MEDIA ASUPRA IMAGINII CORPORALE LA ADOLESCENȚI

## *Mass media impact over corporeal image in teenagers*

**Psiholog, lector Univ. Dr. Beatrice Balgiu**

*Catedra de Științe Socio-Umane, Universitatea Politehnica, București*

### REZUMAT

Mass-media, sub toate formele ei, scrisă, audio-vizual sau electronică, exercită o influență puternică asupra imaginii corporale în cazul adolescenților, cea mai influențabilă categorie. Cercetările demonstrează că influențele mass-media sunt un predictor semnificativ al insatisfacției asupra corpului, mediat de internalizarea idealului corporal la adolescenți. Observarea modelelor din media generează o discrepanță între propria imagine și percepția asupra corpului ideal.

**Cuvinte cheie:** mass-media, influență, imagine corporală

### ABSTRACT

Mass media in all of the main forms of manifestation print, talk and electronic media exert a strong influence on the body image in the adolescents, the most vulnerable to influences category. The research demonstrate that media influence is a significant predictor of body dissatisfaction mediated by internalization of the body ideal, for adolescents. The view of the media's models generate a discrepancy between own body image and the perception of the ideal body.

**Key words:** mass media, influence, body image

## ADOLESCENȚII ȘI INSATISFAȚIA CORPORALĂ

Într-un studiu anterior (B. Balgiu, 2006), arătam influența mass-media asupra imaginii corporale în cazul adolescenților cu deosebire asupra fetelor aflate la vârsta când se compară cu actorii și celebritățile din reviste și de la televizor. Studii mai noi (K. Presnell și colab., 2004) demonstrează că băieții sunt la fel de afectați de imaginile frumuseții de astăzi din media scrisă, electronică și audio-vizuală. S-a ajuns la concluzia că băieții adolescenți experimentează într-un grad mai mare decât fetele sentimente de rușine și anxietate în condițiile nerealizării dimensiunilor ideale, în timp ce fetele, din cauza convingerilor, dar și a socializării diferite, se percep mai degrabă ca obiecte.

Dorința de schimbare a formei și greutateii corporale este comună ambelor genuri, susțin cercetătorii (Ricciardelli, McCabe, 2001). Astfel, fetele adolescente doresc un corp înalt, suplu, ale cărui linii mult curbate să iasă în evidență, iar băieții doresc un corp slab și musculos. Totuși, înfățișarea înălțimii și supleții modelelor expuse de presă este de neatins pentru cei mai mulți adolescenți. Specialiștii ajung la concluzia că discrepanța dintre dimensiunile corpului actual și ale celui ideal crește insatisfacția corporală văzută ca *evaluare subiectivă negativă* a întregului corp sau a părților din corp (Ricciardelli, McCabe, 2001).

Adolescenții sunt cei mai vulnerabili la influențele mass-media, deoarece sunt în etapa în care concentrarea pe sine și receptarea și analiza evaluării din partea celorlalți este mare. Așa cum arată M.

Adresa de corespondență:

Psiholog, lector Univ. Dr. Beatrice Balgiu, Universitatea Politehnica, Splaiul Independenței, Nr. 313, Sector 6, București

Modrea (2006), adolescenții sunt intens subsumați socializării și, imaginea de sine, și implicit cea corporală, se dezvoltă prin interiorizarea opiniilor celor din jur cu privire la sine odată cu multiplicarea statuturilor și rolurilor sociale. De pildă, fetele adolescente sunt în permanentă căutare de informații exterioare pentru a-și forma și completa identitatea de sine. Factorii de micromediu sunt esențiali în formarea imaginii corporale și ei sunt sub impactul media. Mesajele promulgate de media sunt absorbite de părinții și prietenii din jurul adolescenților care se află în postura de agenți ai socializării ce transmit și reîntăresc acțiunile sociale.

### MASS-MEDIA ȘI IMAGINEA CORPORALĂ

Câteva teorii și modele au fost sugerate pentru a explica evoluția și persistența insatisfacției corporale. Cea mai susținută empiric explicație derivă din modelele socio-culturale care identifică presiunile sociale precum media, familia și prietenii. Se pare, totuși, că cea mai puternică presiune socio-culturală care afectează insatisfacția corporală emană din atât de puternica și omniprezenta mass-media. În fapt, media exercită o influență semnificativă pentru construirea sensurilor în viața de zi cu zi a persoanelor de toate vârstele. Pentru a releva impactul mediatic asupra imaginii corporale a adolescenților amintim următorul studiu: în cazul grupurilor de băieți din colegii, s-a demonstrat că după expunerea la reclamele cu bărbați musculoși, a apărut o discrepanță înaltă între modelul perceput de muscularitate și nivelul de muscularitate dorit (Leti și colab., 2002).

Studiile experimentale au arătat că o singură expunere la modele masculine atletice practice de fitness poate produce insatisfacția corporală în cazul băieților, iar vizionarea timp de 30 de minute pe zi a programelor TV și a reclamelor poate altera percepția adolescenților asupra propriilor forme corporale (D. Agliata, S. Tantleff-Dunn, 2004).

Deși este foarte dificil pentru adolescenți să se detașeze de aceste figuri atractive portretizate în toate tipurile de media, cel mai important lucru este **producerea înțelegerii potențialităților proprii și a nivelurilor care pot fi atinse**; cu alte cuvinte, ce formă corporală este de atins și diferența față de cele care nu pot fi realizate, toate acestea în ordinea evitării unei imaginii corporale deficitare. Considerăm că principiul pe care se bazează succesul mass-media în evidențierea persoanelor atractive și impunerea lor ca modele se bazează pe faptul că portretizarea modelelor supraattractive în reviste de modă, TV și filme formează următorul mesaj: în

lumea în care trăim, *înainte de a fi acceptat și de a avea succes trebuie să fii atractiv și suplu.*

Media scrisă încurajează femeile să-și formeze un corp suplu prin dietă iar bărbații să-și construiască corpul prin exerciții. Astfel de expunere inspiră procese sociale de comparare care în mod tipic au efecte negative în autoevaluare.

Pentru a înțelege până unde ajunge influența media asupra indivizilor, reținem un studiu asupra impactului mediatic în cultura indiană în care oamenii obișnuți își consumă de multe ori ultimele rupii dar sunt satisfăcuți să vadă filmele și actorii îndrăgiți; studiul relevă că vedetele de film suntenerate ca zei și oameni din sudul Indiei chiar le ridică ceea ce se cheamă *Mandir* (locuri de venerare) unor astfel de persoane idealizate.

Date recente (S. Sani, N. Goyal, 2008) reieșite din investigația unor adolescenți de 15-19 ani, arată relația pozitivă între prezentările mediaticale ale tinerilor actori/actrițe și internalizarea corporalității ideale<sup>1</sup> și intensificarea corporală pentru subiecții analizați. Prin urmare, media constituie un mecanism puternic în dezvoltarea unei imagini asupra idealului corporal care prin comparație cu propria corporalitate poate conduce la insatisfacția corporală.

În privința fetelor, studiul arată că acestea sunt angajate în frecvente comparații sociale și, în general, își propun ținte superioare, unele greu de atins, care le fac să experimenteze insatisfacția corporală și posibile angajări în tulburări de alimentație, gen bulimie și anorexie.

Atât băieții, cât și fetele apreciază serialele și filmele comerciale în care „vedetele“ sunt frumoase, blonde, suple puternice și în formă bună. Pare să fie o descătușare a dorințelor ancestrale. În fond, mass media mizează pe preferințele universale ale individului, întâlnite în orice tip de cultură.

De asemenea, nu s-au obținut diferențe de gen în internalizarea standardului corporal, atât băieții, cât și fetele internalizează în mod egal idealul de corporalitate și își compară corpul cu al altora.

Analizele de regresie făcute în cadrul studiului au în final următoarea concluzie: presa este un predictor semnificativ al insatisfacției corporale din cauza inducerii sugestive pe care o realizează și în al doilea rând din cauza internalizării în etapa ulterioară, de către adolescenți, a standardelor corporale.

<sup>1</sup>Conceptul l-am discutat în B. Balgiu (2006), *Imaginea corporală – expresie a imaginii de sine, Revista Medicală Română*, LIII, 4, p. 39-43 și se referă la acceptarea sau chiar încorporarea valorilor induse din momentul în care idealul afectează atitudinile sau comportamentul personal (așa cum este, de exemplu, începutul unei diete în vederea slăbirii).

---

**BIBLIOGRAFIE**

1. **Agliata D., Tanfleck-Dunn S.** – The impact of media exposure on males body image, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 7-22, 2004
2. **Balgiu Beatrice** – Imaginea corporala – expresie a imaginii de sine, *Revista Medicala Romana*, LIII, 4, 2006, p. 39-43
3. **Leti R.A., Gray J.J., Pope H.G.** – The media representation of the ideal male body: a cause for muscle dysmorphia?, *International Journal for Eating Disorders*, 31, 3, 2002
4. **Modrea Margareta** – Imainea de sine și personalitate în adolescență, Focșani, Editura Aliter, 2006
5. **Presnel K., Bearman S.K., Stice E.** – Risk factors for body dissatisfaction in adolescent boys and girls: a prospective study, *International Journal of Eating Disorders*, 36, 2004
6. **Ricciardelli, McCabe** – Dietary restraint and negative affect as mediators of body dissatisfaction and bulimic behavior in adolescent girls and boys, *Behavioral Research Therapy*, 39, 2001.
7. **Saini S, Goyal N.** – Media influences in internalization of the thin ideal, body consciousness, physical appearance comparison and body dissatisfaction *Supplement to International Journal of Behavioral Development*, 32, 6, 2008.