

Autorzy: Marta Czarnecka, Maja Strzelecka, Wojciech Strzelecki, Marcin Cybulski.

Tytuł: Postrzeganie idealnego wizerunku kobiecego ciała przez kobiety w okresie wczesnej adolescencji. [W:] Zagrożenia zdrowotne i społeczne dzieci i młodzieży. Pod red.: Martii Danuty Głowackiej i Ewy Mojs.

Adres wydawniczy: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Medycznego im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu, Poznań, 2008

Strony: s. 120-123

Wprowadzenie

Współczesny ideał kobiecego ciała ukierunkowany jest w coraz większym stopniu na podkreślanie kobiecości, odchodzi tym samym od modelu ultraszczupłej sylwetki, którego początków możemy szukać w latach 60-tych ubiegłego wieku. Niemniej w mediach przeważa wizerunek kobiety bardzo szczupłej. Promowanie takiego modelu ciała kobiecego może stanowić zagrożenie dla kształtowania wizerunku własnego ciała. Dotyczy to szczególnie kobiet, jako, że inaczej postrzegają one swoje ciało niż mężczyźni, co w dużej mierze uwarunkowane jest czynnikami kulturowymi. „Kobiety postrzegają swoje ciała (...) jako bardziej istotne dla tożsamości. Nie stwierdza się tego w przypadku mężczyzn [4]”. Piękno w naszej kulturze jest atrybutem kobiecości, w którą wpisana jest dziś szczupła sylwetka, będąca również istotnym elementem wysokiej samooceny [1]. Kluczowym etapem dla kształtowania się tożsamości, jest okres adolescencji. Szereg klasyfikacji przyjmuje różne ramy czasowe przypadające na ten okres, przy czym za początkowy przyjmuje się najczęściej 10 rok życia [7]. Konstytuująca się wówczas również tożsamość seksualna, związana jest z postrzeganiem własnego ideału kobiecości lub męskości [5]. W hierarchii wartości adolescentów wygląd zewnętrzny zajmuje wysoką pozycję. Ponadto dziewczęta w tym okresie rozwojowym przejawiają szczególną podatność na wpływ kultury masowej, grup rówieśniczych i mody [9], które według psychospołecznej teorii rozwoju Erika H. Eriksona są głównymi źródłami zagrożeń [8].

W obrębie współczesnej kultury masowej media stanowią narzędzie o olbrzymiej sile oddziaływania, szczególnie na kształtujące się jednostki, jakimi są przedstawiciele grupy adolescentów. „Media wywołują (...) poczucie przepaści między ciałem własnym i idealnym, co wywołuje ciągły niepokój o wygląd i wagę ciała” [6], a dysponując rozwiniętą techniką cyfrowej obróbki zdjęć, umożliwiającą poprawianie i ulepszanie rzeczywistego wizerunku [5] stanowią jako nośnik wzorców atrakcyjności poważne zagrożenie. Trudno jest bowiem osiągnąć medialny ideał kobietom, które w świecie realnym takich możliwości nie posiadają.

Cel badań

Celem pracy była analiza idealnego wizerunku kobiecego ciała przez dziewczęta ze szkoły podstawowej w odniesieniu do wizerunków kobiecego ciała prezentowanych przez współczesne media. Wśród celów szczegółowych wymienić można określenie poziomu wiedzy na temat procesów odchudzania, znajomość diet i próbę odniesienia wizerunku idealnego kobiecego ciała badanych do własnej osoby.

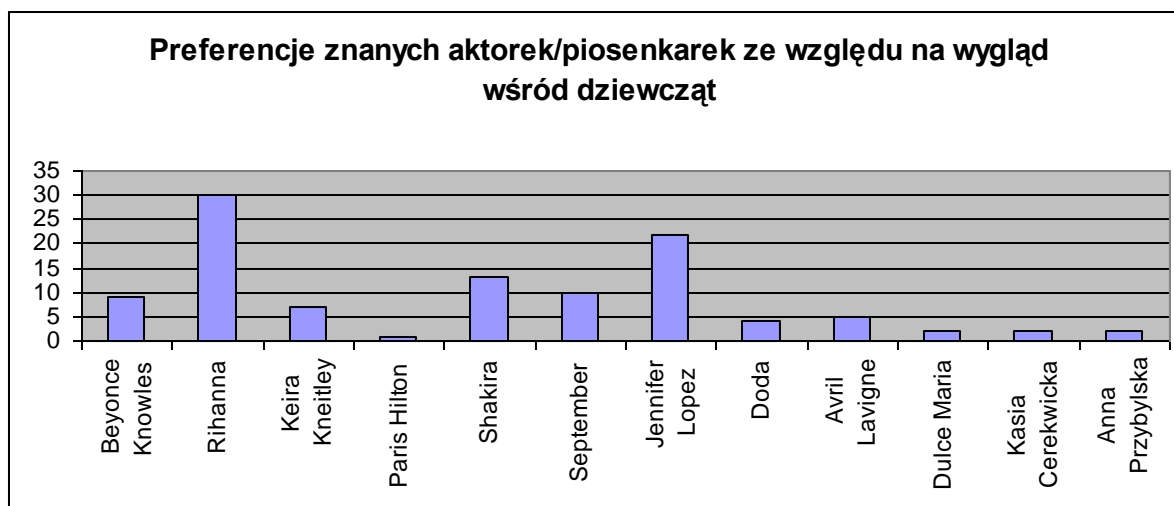
Materiał i metoda

Dla przeprowadzenia powyższej analizy wykorzystano ankietę, którą przeprowadzono wśród 55 dziewcząt szkoły podstawowej w wieku 12 - 13 lat.

Ankieta składała się z 12 pytań, 3 pytań otwartych i 8 zamkniętych dotyczących postrzegania idealnego wyglądu kobiecego ciała na podstawie pytań o znane piosenkarki i aktorki, a także dzięki pytaniom o wymarzone dla nich parametry masy i wzrostu zarówno obecnie jak i w przyszłości. Ponadto, ankieta badała ważność wyglądu przy kontakcie z innymi oraz znajomość pojęcia dieta i innych aspektów związanych z tym pojęciem.

Analiza wyników badań

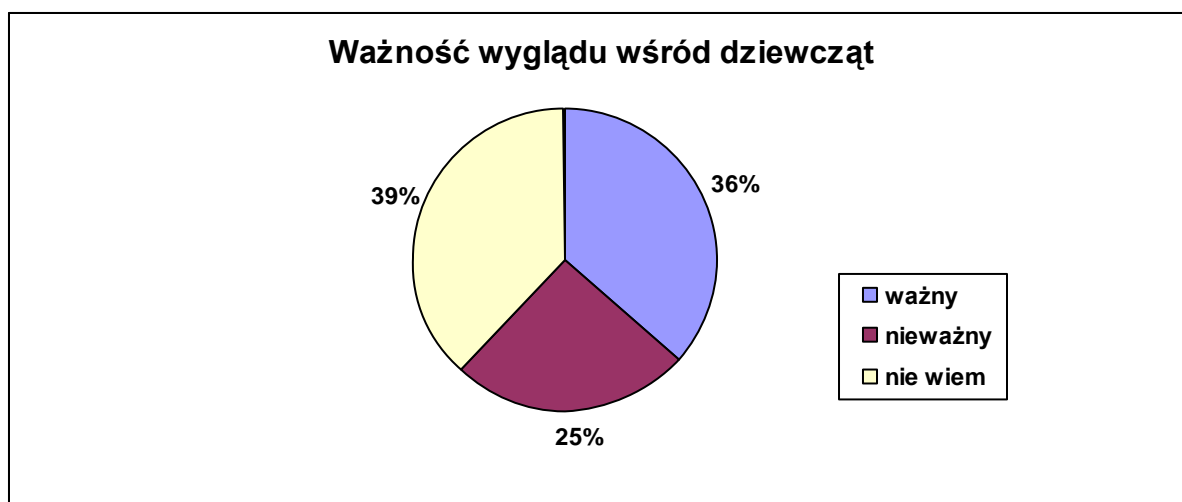
W pierwszych dwóch pytaniach badane dziewczęta miały wybrać lub podać samodzielnie, które ze znanych aktorek/piosenkarek podobają się im najbardziej. Wyniki ich wyborów przedstawia wykres poniżej.



Najbardziej atrakcyjną piosenkarką była Rihanna, wybrało ją 30 dziewcząt (27%). Na drugim miejscu dziewczętom podobała się Jennifer Lopez – 22 wybory (21%), na trzecim Shakira - 13 wyborów (12%).

Natomiast przy podaniu argumentacji wyboru, dziewczęta wybierały częściej odpowiedzi związane z tym, że wybrane piosenkarki podobają im się ze względu na ich muzykę (46), ewentualnie ze względu na sposób ubierania się (23), rzadziej natomiast argumentowały swój wybór ładną twarzą piosenkarek (15) i ich sylwetką (14).

Na pytanie o ważność wyglądu przy poznawaniu nowych osób dziewczęta miały do wyboru trzy możliwości. 36% (20) dziewcząt stwierdziło, że wygląd jest dla nich ważny, 25% (14) podało, że wygląd nie ma dla nich znaczenia, natomiast 39% (21) nie potrafiło określić, czy przy poznawaniu kogoś wygląd tej osoby ma dla nich znaczenie.



Kolejne pytanie ankiety poddano analizie jakościowej. Dziewczęta miały opisać, jak chciałby wyglądać. Z dokonanej analizy odpowiedzi na to pytanie wynika, że najbardziej preferowany ich obecnie wymarzony oraz przyszły wygląd zewnętrzny to dziewczyna/kobieta wysoka, chuda i z długimi włosami.

Powyższe obserwacje mają swoje odzwierciedlenie w odpowiedzi na kolejne pytania kwestionariusza, w których osoby badane miały podać swoją upragnioną wagę i wzrost

obecnie oraz w przyszłości. Na podstawie tych dwóch parametrów określono współczynnik BMI¹ dla terażniejszości i przyszłości. Wyniki tych obliczeń podaje tabela 1.

Tabela. 1. Średnie wartości wybranych wskaźników sylwetki w badanej grupie dziewcząt.

	Teraźniejszość			Przyszłość		
	Wzrost	Waga	BMI	Wzrost	Waga	BMI
Średnia wartość	162	43,83	16,56	172	52,76	17,74

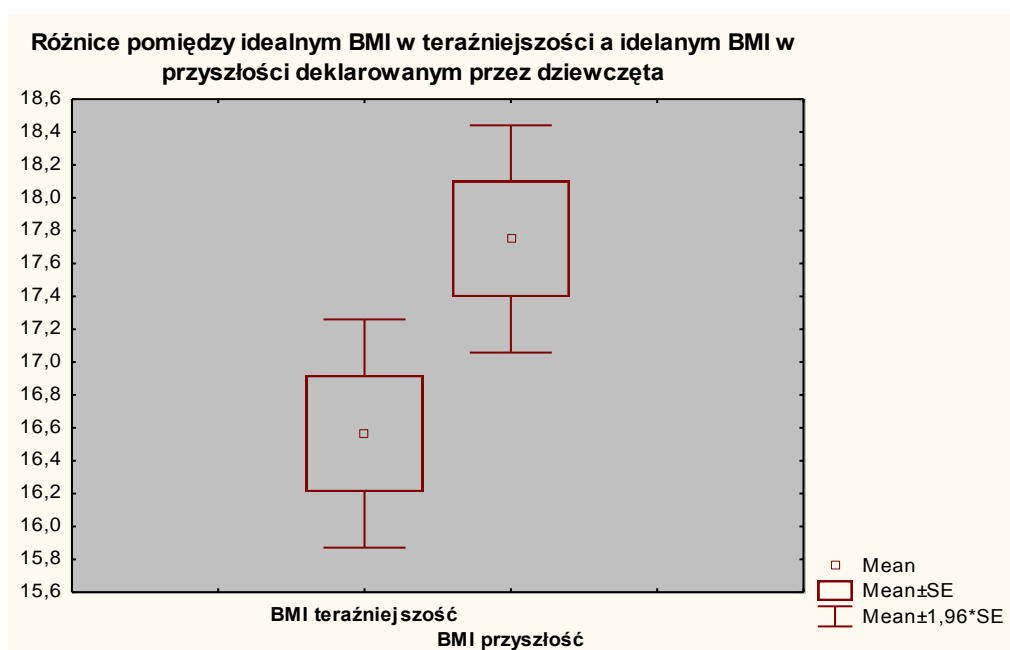
Z powyższej analizy wynika, że BMI, czyli proporcje ciała deklarowane przez dziewczęta jako upragnione obecnie to proporcje, które określić można mianem skrajnej niedowagi lub wychudzeniem (15,1 - 17,4), natomiast idealne proporcje w przyszłości to parametry osoby, której masę opisano by jako niedowagę (17,5 - 18,5). Wyniki te są bardzo niepokojące i stwarzają duże ryzyko wystąpienia zaburzeń odżywiania w tej grupie dziewcząt.

Pomiędzy BMI w terażniejszości oraz BMI w przyszłości dokonano analizy istotności różnic pomiędzy zmiennymi. Dla zbadania tej różnicy wykorzystano test t-Studenta, który wykazał istnienie różnicy na poziomie istotnym statystycznie, $p < 0,005$. Wyniki tej analizy przedstawia tabela i wykres poniżej.

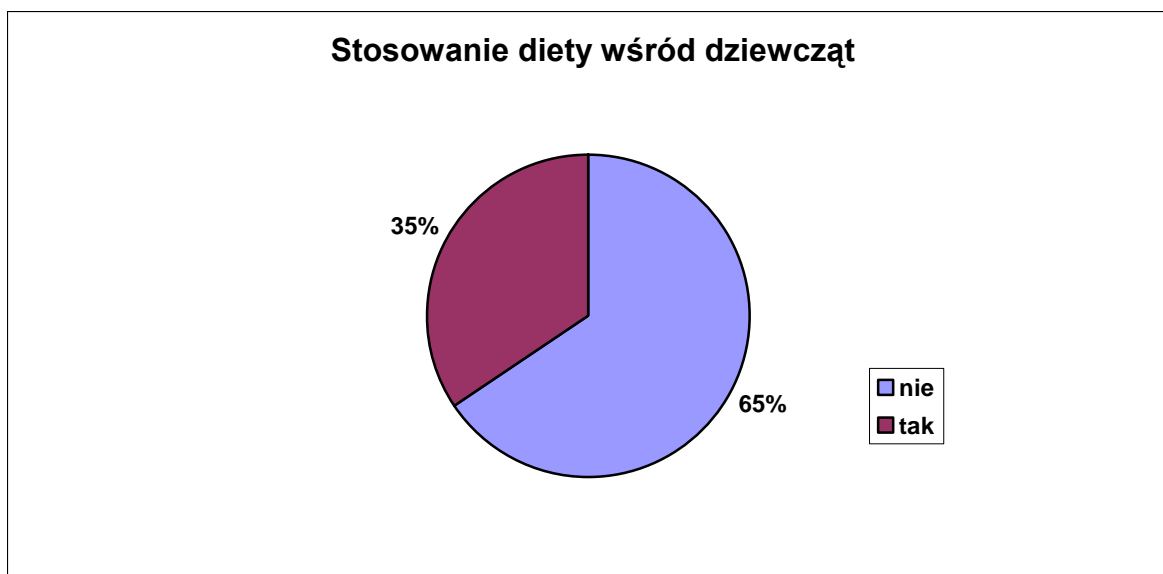
¹ BMI – Body Mass Index to współczynnik masy ciała, który obliczamy dzieląc masę ciała podaną w kilogramach przez wzrost podniesiony do kwadratu (podany w metrach). Na podstawie tego współczynnika określa się, czy badana osoba ma niedowagę, wagę w normie, nadwagę lub otyłość.

Tabela 2. Różnice pomiędzy wartościami BMI w terażniejszości i przyszłości.

Dziewczęta	Średnia	Odchylenie standardowe	Liczba	Różnica	Różnica odchyłeń	Poziom istotności p
BMI terażniejszość	16,56540	2,627582				
BMI przyszłość	17,74944	2,616325	55	-1,18403	2,300751	0,000350



Kolejna grupa pytań dotyczyła pojęcia diety. Okazało się, że wszystkie dziewczęta wiedziały, co to jest dieta. Ponadto, 35% z nich (19 osób) deklarowało, że stosowało już kiedyś jakąś dietę (Rys.4), a 35 dziewcząt (64%) znało przynajmniej jedną nazwę diety. Jednakże, dziewczęta deklarowały, że w czasie posiłku najważniejszy jest dla nich smak, następnie wartość zdrowotna, a na ostatnim miejscu wybierały jego kaloryczność.



Wnioski

1. Dziewczęta uznają za wzór kobiecego wizerunku piosenkarki takie jak: Rihanna, Jennifer Lopez i Shakira, jednakże w swoich preferencjach bardziej kierują się ich muzyką, aniżeli wyglądem zewnętrznym.
2. Przy poznawaniu nowej osoby uczennice, w sposób mniej lub bardziej świadomy, kierują się wyglądem zewnętrznym.
3. W sferze swojego teraźniejszego i przyszłego idealnego wizerunku nastolatki w pierwszej kolejności prezentują obraz dziewczyny/kobiety wysokiej, szczupłej, z długimi włosami.
4. Upragnione przez dziewczęta wizerunki kobiecego ciała w teraźniejszości i przyszłości różnią się od siebie na poziomie istotnym statystycznie, choć wciąż w interpretacji parametrów medycznych (BMI) na poziom opisowy znajdują się w przedziale niedowagi.
5. Uczennice szkół podstawowych mają doświadczenia związane z byciem na diecie, znają nazwy diet, ale w trakcie posiłku głównie kierują się smakiem, a nie kalorycznością posiłków.
6. Prezentowany przez media wizerunek kobiety nadmiernie szczupłej może stanowić zagrożenie dla kształtującej się oceny własnej cielesności w badanej grupie.

Dyskusja

Szereg przeprowadzonych badań wskazuje na istotną rolę mediów w kształtowaniu się postrzegania własnego ciała. Według badań na temat wpływu mediów na poziom zadowolenia z własnego wyglądu u nastoletnich kobiet, u 69% badanych zdjęcia prasowe miały wpływ na postrzeganie własnego wyglądu, natomiast 47% podjęło próby obniżenia

masy ciała [3]. Stwierdzono też zależność pomiędzy częstotliwością oglądania teledysków a poziomem znaczenia i roli wagi ciała [2]. Wnioski potwierdzające wpływ mediów wizualnych na postrzeganie własnej atrakcyjności można też odnaleźć w badaniach prowadzonych wśród osób niewidomych od urodzenia. Kobiety widzące prezentowały bardziej negatywne postawy wobec jedzenia, niż kobiety z grupy badanej, były też mniej zadowolone z własnego wyglądu. [5] Badaniom dotyczącym preferowanych kształtów ciała poddano również dzieci. W badanej grupie ośmiolatków na temat oceny własnej sylwetki, wyniki pokazały, że „poparcie dla stosowania diet szczególnie wśród dziewczynek jest związane z niezadowoleniem z własnego wyglądu oraz częstością stosowania diet przez mamy badanych dzieci [5].

Na podstawie przeprowadzonych badań i analizy literatury stwierdzono, że dalsze badania powinny zawierać analizę postrzegania idealnego wizerunku w odniesieniu do aktualnej sylwetki. Dodatkowo istotne wydaje się też być przeprowadzenie badań odnośnie wykonywania ćwiczeń fizycznych w celu modelowania i osiągnięcia pożądanej sylwetki. Podobne badania powinny być również przeprowadzone na grupie chłopców w celu weryfikacji ich preferencji odnośnie idealnych proporcji kobiecego ciała.

Piśmiennictwo

1. Apfeldorfer G.: Anoreksja, bulimia, otyłość, Książnica, Katowice 1999, 81-98.
2. Borzekowski D.L., Robinson T.N., Killen J.D.: Does the camera add 10 pounds? Media use, perceived importance of appearance, and weight concerns among teenage girls, *Adolesc Health*. 2000; 26 (1): 36-41.
3. Field A.E., i wsp. Exposure to the mass media and weight concerns among girls, *Pediatrics* 1999; 103(3).
4. Kaschack E.: Nowa psychologia kobiety, GWP, Gdańsk 2001, 98-114.
5. Kochan-Wójcik M., Małkiewicz E., Wizualne mass media a wizerunek własnego ciała u dorastających dziewcząt – przegląd literatury, *Psychologia rozwojowa*, 2003, 2-3, 9 -17.
6. Melosik Z.: Młodzież i styl życia: paradoksy pop-tożsamości. W: *Młodzież, styl życia i zdrowie. Konteksty i kontrowersje*. Red. Melosik Z. Wydawnictwo WOLUMIN, Poznań 2001, 11-59.
7. Obuchowska I.: Adolescencja W: B. Harwas-Napierała, J. Trempała J. (red.), *Psychologia rozwoju człowieka*, t. II, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, 163-201.

8. Sęk H.: Wprowadzenie do psychologii klinicznej, Wydawnictwo naukowe SCHOLAR, Warszawa 2001, 83-127.
9. Ziółkowska B.: Specyfika stadium adolescencji jako kontekst ekspresji „anorexia nervosa” W: Zagrożenia rozwoju w okresie dorastania. Red. Brzezińska A., Bardziejewska M., Ziółkowska B. Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 2003, 153-173.

Postrzeganie idealnego wizerunku kobiecego ciała przez kobiety w okresie wczesnej adolescencji.

The perception of a perfect image of a woman's body by women in the early adolescence period.

Streszczenie:

We współczesnej kulturze masowej narzędziem o dużej sile oddziaływania są media, przy czym grupą szczególnie narażoną na ich wpływ jest młodzież w okresie adolescencji. Ten etap rozwoju człowieka związany jest z kształtowaniem się tożsamości, w tym tożsamości płciowej, odnoszącej się do ideału własnej kobiecości/męskości. Celem niniejszego artykułu było określenie postrzegania własnego ciała i idealnego wizerunku przez kobiety w okresie wczesnej adolescencji.

Słowa kluczowe: adolescencja, wizerunek, media, dieta

Abstract: In the contemporary pop culture the media is an instrument of a great power of influence and especially the youth in the adolescence period is the subject of its impact. This stage of development is associated with forming the identity, sexual identity in it, which is related to the paragon of one's femininity / masculinity. The aim of this paper was to describe the body perception and the ideal of the image by the women in the early adolescence developmental period.

Key words: adolescence, image, media, diet