

CUPRINS

Introducere	9
CAPITOLUL I. Despre constructul de imagine corporală. Conceptualizare și dimensiuni	14
1.1. Apariția și evoluția constructului de imagine corporală	14
1.2. Conceptualizare și modalități de operaționalizare.....	17
1.3. Dimensiunea perceptivă.....	20
1.4. Dimensiunea cognitivă	26
1.4.1. Modelul discrepanței sinelui	29
1.5. Dimensiunea atitudinală	33
1.4. Caracterul dinamic al imaginii corporale	38
CAPITOLUL II. Corpul între biologic și social	41
2.1. Corpul ca spațiu de expresie	41
2.2. Mitul corpului perfect în contextul culturii consumatoriste	43
2.3. Obiectificarea corpului	48
CAPITOLUL III. Dezvoltarea imaginii corporale. Modele teoretice	52
3.1. Modelul dual al dezvoltării imaginii corporale ...	53
3.2. Modelul trifactorial al dezvoltării imaginii corporale	54
3.2.1. Compararea socială.....	55

3.3. Modelul factorilor proximali și distali ai dezvoltării imaginii corporale.....	58
CAPITOLUL IV. Factori care contribuie la dezvoltarea imaginii corporale	
4.1. Factori socio-culturali.....	60
4.1.1. Influențe din partea mass-mediei	62
4.1.2. Influențe din partea familiei.....	70
4.1.3. Influențe din partea grupului de prieteni..	72
4.2. Factori individuali.....	77
4.2.1. Greutatea corporală.....	77
4.2.2. Stima de sine	79
4.2.3. Perfecționismul	84
4.2.4. Competențele atletice.....	88
CAPITOLUL V. Imaginea corporală în adolescență....	
5.1. Dezvoltarea imaginii corporale în adolescență....	91
5.2. Studii privind rolul factorilor sociali și individuali în dezvoltarea imaginii corporale în adolescență.....	97
5.2.1. Diferențe de gen și de vârstă în stima față de corp la adolescenți cu vârsta cuprinsă între 15 și 20 de ani	100
5.2.2. Feedbackul relaționat înfățișării și stima față de corp.....	105
5.2.3. Competențe sociale și atletice și stima față de corp.....	111
5.2.4. Perfecționismului și interiorizarea idealului de atractivitate promovat sociocultural	115
5.2.5. Testarea efectelor expunerii la imagini care reprezintă idealul de atractivitate	

promovat socio-cultural asupra nivelului anxietății relaționate înfățișării în contexte sociale	125
5.3. Concluzii finale.....	141
Bibliografie	144

INTRODUCERE

Corpul este o entitate biologică cu care ne naștem și care este puțin probabil să poată fi modificată în mod voluntar. Cu toate acestea, de-a lungul istoriei, regăsim numeroase exemple de metode și încercări de modificare a corpului. De exemplu, o tehnică de modificare a înfățișării vechi și actuală în același timp este tatuajul, tehnică oarecum puțin invazivă datorită limitării la spațiul epidermic, dar având o componentă extrem de puternică în permanența acesteia. Acest caracter permanent a stat la baza popularității tehnicii și a transferului său de la o epocă la alta. Datorită progresului medicinei și facilității cu care informația este accesibilă atât în literatura de specialitate, cât și prin programe de popularizare din mass-media, au devenit cunoscute și multe alte metode de schimbare a imaginii corporale. În prezent, chirurgia estetică a cunoscut o neașteptată și explozivă creștere în special în societățile dezvoltate. Un exemplu sugestiv în acest sens este fenomenul în creștere exponențială din Coreea de Sud care vizează în special tinerii. Într-un articol din The New York Times, secțiunea Asia Pacific, publicat în 3 noiembrie 2011, directorul de film Im Kwon-taek afirmă că îi este aproape imposibil să mai găsească o actriță tânără care să aibă o față coreeană tradițională. Conform unor date statistice (The Economist Online, 2009) publicate în același articol, în această țară una din cinci femei cu vârsta cuprinsă între 19 și 49 de ani a suferit o intervenție de

chirurgie estetică. Fenomenul este într-atât de încetățenit încât este perfect acceptat ca fiind normal. Drept consecință, unul dintre cele mai populare stimulente pentru tinerii care se apropie de absolvire este o operație plastică finanțată de părinți. Intervențiile preponderente sunt acelea care vizează modificarea pleoapei, a nasului și maxilarului, într-o tentativă de a alinia tânăra supusă intervenției la normele de frumusețe promovate de societatea coreeană. Atât persoanele de sex feminin, cât și cele de sex masculin consideră că această înfrumusețare sporește șansele de a găsi un loc de muncă, un partener de viață și de a fi mai bine integrați în societate. Deși mai puțin amplu în societățile nonasiatice, fenomenul este în linii mari același. În acest context este ușor de înțeles prezența unor disfuncții precum obsesia vizavi de monitorizarea și controlul greutateii și înfățișării. Întregul fenomen merită o atenție sporită datorită riscurilor la care aceste persoane se expun.

Nevoia de gestionare a înfățișării este legată de rolul pe care această imagine corporală îl joacă pentru un individ (Rumsey & Harcourt, 2005). Pe lângă evidentele funcții de natură biologică, corpul, prin mijlocirea înfățișării sale, trimite în jur semnale despre statutul social, despre apartenența la un grup, despre preferințe individuale și chiar despre trăsături de personalitate și de moralitate (Langlois, Kalakanis, Rubenstein, Larson, Hallam & Smoot, 2000). În această perspectivă, preocupările de management al înfățișării sunt perfect justificate, iar nemulțumirea cu propria imagine corporală a devenit o normalitate. Nivelul insatisfacției înregistrează, în prezent, cote îngrijorătoare, dovedind o creștere exponențială de-a lungul ultimelor decenii (Thompson, Heinberg, Altabe & Tantleff-Dunn, 1999; Grogan, 2008; Heider et al., 2018). Cercetări antropologice subliniază că această creștere este mai

prevalentă în societățile moderne în comparație cu cele tradiționale (Reicher & Koo, 2004). Astfel, în opinia autorilor, în acestea din urmă, persoana își pune identitatea în serviciul comunității, în mod voluntar, pentru a deveni un membru al acesteia și a se supune în același timp normelor sale. În contrapondere, societatea modernă promovează exclusiv proiecte identitare individuale și, mai mult decât atât, oferă modele de succes pentru realizarea acestora. Datorită unei mai diluate legături cu comunitatea, posibilitatea de a alege modul în care cineva își exprimă identitatea creează o vulnerabilitate vis-a-vis de modelele preconceptuate, *patternurile*, tiparele oferite de cultura de consum. Una dintre directivele imperioase afișate de această cultură de consum, globală în lumea de astăzi, este cea a corpului ideal mijlocit de intervenția mass-mediei. Dimensiunile corpului ideal popularizat de mass-media sunt aproape de neregăsit în populație, creându-se așadar o discrepanță majoră care nu poate avea decât efecte negative, fiind imposibil de redus. Mai mult decât atât, obținerea unui astfel de corp, în special pentru băieți, necesită efort îndelungat în sala de forță, fapt ce duce la o pierdere a echilibrului în stilul de viață. Corpul ideal nu este creat în favoarea persoanei, ci în beneficiul culturii de consum. Prin prezentarea unor modele perfecte, media, pe lângă faptul că dezvoltă discrepanța menționată mai sus, oferă și rețete care să o diminueze. ”Gândește-te la un corp ideal, și simte-te prost” (Dittmar, 2007, p. 6) se așteaptă să aibă impact motivațional spre un comportament de consum de genul folosirii steroizilor, programe de dietă severe sau chirurgie estetică.

De la vârste fragede, copiii au o imagine clară asupra corpului ideal (Tatangelo et al., 2016). Într-un studiu calitativ, Grogan (2008) arată că până și fetele de opt ani își

doresc un corp suplu și consideră că a fi supraponderal este unul dintre cele mai îngrozitoare lucruri care li s-ar putea întâmpla. La intrarea în adolescență, atât băieții cât și fetele au așteptări clare despre cum ar trebui să arate corpul lor, mai ales în contextul schimbărilor profunde și rapide specifice acestei perioade. Dezvoltarea biologică intervine adesea în contradicție cu aceste aspirații, întrucât transformările corporale caracteristice pubertății nu corespund întotdeauna idealurilor personale. În cazul fetelor, această discrepantă este resimțită într-un mod deosebit de intens. În schimb, băieții par mai avantajați de modificările biologice în special prin creșterea masei musculare care tinde să se alinieze așteptărilor acestora. Adolescența reprezintă o etapă critică în apariția preocupărilor legate de imaginea corporală. Fiind în plin proces de formare a identității, adolescenții sunt deosebit de vulnerabili în fața presiunilor venite din partea mass-mediei, mai mult decât în orice altă etapă de dezvoltare.

În acest context, este firesc să ne întrebăm care sunt mecanismele psihologice implicate în formarea atitudinii față de propriul corp și ce trăsături individuale, respectiv experiențe interpersonale, oferă tinerilor resursele necesare pentru a construi o imagine corporală pozitivă.

Această carte își propune să exploreze factorii individuali care contribuie la dezvoltarea imaginii corporale alături de influențele socio-culturale care de asemenea modelează atitudinea față de propriul corp. Este analizat rolul familiei și al diverselor grupuri sociale în conturarea acestei percepții.

Cartea debutează cu o clarificare conceptuală a constructului de imagine corporală și a dimensiunilor utilizate în operaționalizarea constructului și investigarea problematicii imaginii corporale din perspectivă psiho-

logică. Continuă cu o prezentare a mitului corpului perfect în contextul culturii consumatoriste și a efectelor asupra imaginii corporale. Sunt prezentate principalele modele teoretice explicative ale formării imaginii corporale, detaliind rolul trăsăturilor individuale și al factorilor socio-culturali în dezvoltarea atitudinii față de propriul corp. În ultimul capitol sunt incluse studii privind factorii sociali și individuali asociați imaginii corporale în adolescență, studii realizate pe parcursul programului de doctorat desfășurat la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca sub îndrumarea doamnei profesor universitar doctor Adriana Băban.

Consider că tematica abordată se încadrează în *zeitgeistul* actual cu privire la provocările apărute în procesul de percepție a imaginii corporale, în special la adolescenți, prezentând larga și complexa simptomatologie a construcției identitare.