Res Rhetorica

ISSN: 2392-3113

Retoryka ciała i umysłu w XXI wieku
Rhetoric of body and mind in the 21st century

11 (2) 2024 ISSUE EDITORS: ANNA BENDRAT, ELŻBIETA PAWLAK-HEJNO

#MEDIA

AMELIA MAZIARZ
UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ W LUBLINIE
https://orcid.org/0009-0000-4251-9765
amelia.maziarz5@wp.pl

JAGODA NAJMOŁA
LAURA PAWLAK
JULIA PAKHOMENKO
PATRYCJA PASZKOWSKA
UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ W LUBLINIE

Perswazyjna rola wizerunków ciała w mediach społecznościowych. Studencki projekt *Ciało bez filtra*

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0).
The content of the license is available at http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

AMELIA MAZIARZ
UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ W LUBLINIE
https://orcid.org/0009-0000-4251-9765
amelia.maziarz5@wp.pl
JAGODA NAJMOŁA
LAURA PAWLAK
JULIA PAKHOMENKO
PATRYCJA PASZKOWSKA
UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ W LUBLINIE

Perswazyjna rola wizerunków ciała w mediach społecznościowych. Studencki projekt *Ciało bez filtra*

Koncepcja projektu *Ciało bez Filtra* powstała w ramach zajęć Podstawy wiedzy o kulturze prowadzonych przez dr hab. Piotra Celińskiego, prof. UMCS, na kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Potrzeba pogłębienia tytułowego zagadnienia zrodziła się w trakcie wspólnych dyskusji, które ujawniły, że to problem istotny dla naszego pokolenia i bliski sercu każdego z nas.

Postanowiliśmy wspólnie poszukać odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób obrazy ciała prezentowane w przestrzeni Internetu wpływają na nasze postrzeganie siebie oraz w jakim stopniu oddziałują na nasze powszednie doświadczenia. Jako pokolenie wychowane w obecności mediów społecznościowych, z dużym dostępem do zasobów Internetu ale i ze świadomością zagrożeń, które z tego faktu wynikają, postanowiliśmy w ramach pracy zaliczeniowej, przygotować projekt, który dotrze do wielu osób i poruszy istotny z naszej perspektywy problem społeczny. Wstępne zapoznanie z literaturą przedmiotu pozwoliło nam przyjąć hipotezę, że media mają znaczny wpływ na sposób postrzegania ciała przez wiele osób. Trendy, nowe challenge'e, upiększające filtry stały się nieodłącznymi elementami kreowania wizerunku w sieci. Ponadto popularność influencerów oraz celebrytów, prezentujących często wyidealizowany styl życia, potwierdza społeczną potrzebę konformistycznego powielenia wzorców i podążania za „normami".

Jako uczestnicy życia w sieciach społecznościowych, poczyniliśmy osobiste obserwacje, że dążenie do wyidealizowanego wizerunku może wpływać negatywnie na nasze samopoczucie, a także zaburzać postrzeganie siebie. W ramach dyskusji uzgodniliśmy, że opisany stan rzeczy może prowadzić do wielu negatywnych konsekwencji, którym chcielibyśmy przeciwdziałać. Ponadto temat ten

okazał się pasjonujący także z perspektywy dziennikarskiej. Po pierwsze jako problem społeczny warty zgłębienia i opisania, po drugie jako interesujący przykład wpływu mediów na życie jednostek, a po trzecie jako przestrzeń do edukacji na temat skutków manipulacji obrazem.

Pierwszym krokiem w realizacji wyzwania badawczego było opracowanie i przeprowadzenie ankiety, która w ostatecznej wersji składała się z 13 pytań i została udostępniona internautom poprzez narzędzie Microsoft Forms. Założyliśmy, że w ten sposób dotrzemy do największej grupy respondentów, którzy korzystają także z mediów społecznościowych. Do dnia 22 maja 2024 roku wpłynęło 3181 odpowiedzi, co potwierdza zainteresowanie problemem obrazu ciała wielu osób. Oprócz statystyk demograficznych pytaliśmy m.in. o doświadczenie hejtu w związku z wyglądem, o stosunek do retuszowania zdjęć w mediach społecznościowych oraz wpływ tego zjawiska na postrzeganie własnego ciała przez ankietowanych. Zadaliśmy również pytanie otwarte: „co myślisz o postrzeganiu ciała we współczesnym świecie?", które pozwoliło respondentom na sformułowanie różnorodnych przemyśleń w związku z omawianym tematem.

Drugi etap realizacji zadania polegał na założeniu i prowadzeniu mediów społecznościowych projektu. Do realizacji zadania wybraliśmy Instagram oraz TikTok, ponieważ planowaliśmy publikacje treści do grona młodych odbiorców. Jednakże najlepsze efekty przyniosło prowadzenie profilu instagramowego @cialobezfiltra, które w dniu 22 maja gromadzi 463 obserwatorów. Celem głównym kanału komunikacji było stworzenie ,,bezpiecznego miejsca" dla osób, które przeciążone są wyidealizowanymi obrazami ciała w internecie. W oczekiwaniu na wyniki ankiety publikowaliśmy różne treści o tematyce ciała oraz jak jego obraz wpływa na naszą psychikę i samoocenę.

Profil oferuje różnorodne treści, od zdjęć studentów naszego kierunku z opisami tworzonymi w duchu przesłania projektu, poprzez filmiki zza kulis, na postach informacyjnych kończąc. Wyróżnić można sondę uliczną: *Czy media mają wpływ na to jak postrzegamy swoje ciało?*, której uczestnicy jednoznacznie twierdząco odpowiedzieli na zadane pytanie, a także sondę *Jak starsze osoby postrzegają ideały piękna oraz ich spojrzenie na kompleksy*. Wyniki drugiego badania pokazały, że dla starszego pokolenia zagadnienia związane z ciałem wciąż stanowią tematy tabu. Ponadto dostępne są posty informacyjne na temat ciałopozytywności, zarzuty idealizacji wyglądu wobec lalki Barbie, a także wywiad z Natanielem Brożnowiczem z kanału Maturalni, który odpowiedział na pytania *Czy sport pomaga psychice?* oraz *Jakie są największe grzechy influencerów?*.

Publikując różnorodne treści, staramy się dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, a także udoskonalać swój warsztat dziennikarski i sprawdzać się w tworzeniu różnych form medialnych. Obecnie strona prowadzona jest przez kilka osób, które

zdecydowały przejąć za nią odpowiedzialność już po zakończeniu projektu w ramach zaliczenia. Prowadzenie profilu wymaga czasu i zaangażowania: wciąż prowadzimy ankiety jak np. *Czy myślisz, że obecność retuszowanych zdjęć na platformach społecznościowych wpływa na nasze poczucie własnej wartości?*, *Czy uważasz, że kampanie promujące autentyczność ciała na platformach społecznościowych mogą mieć pozytywny wpływ na nasze społeczeństwo?*, których wyniki potwierdzają rangę omawianego zjawiska.

Naszą metodę można określić jako dziennikarską, ponieważ zależy nam pozyskiwaniu faktycznych informacji oraz dotarciu do realnych ludzi. Dlatego właśnie link do ankiety opublikowaliśmy w biogramie naszego profilu, rozdawaliśmy również ulotki osobom spacerującym na ulicy, zachęcaliśmy do otwarcia ankiety poprzez kod QR. Na zakończenie działań badawczych przygotowaliśmy raport, w którym zaprezentowaliśmy opracowane wyniki. Zgodnie z naszym raportem 83% osób zmaga się z kompleksami na punkcie swojego wyglądu, 61% ankietowanych odpowiedziało iż influencerzy mają wpływ na ich postrzeganie siebie, 41% dąży do standardów piękna promowanych w internecie. Dalsze wyniki pokazują, że 61% doświadczyło hejtu z powodu swojego wyglądu, 20% badanych korzysta/korzystało z pomocy lekarzy w kwestii swoich kompleksów, 36% rozważało zmianę swojego wyglądu, poprzez operację plastyczne lub diety. Poza pozyskiwaniem informacji od użytkowników sieci, zwróciliśmy się do influencerów. Pisaliśmy prywatne wiadomości, prośby o udzielenie wywiadów lub opinii.

W fazie opracowywania projektu pracowaliśmy w grupie siedemdziesięcioosobowej, w której wykonywaliśmy zadania według osobistych preferencji. Musieliśmy podzielić kierunek na kilka grup, żeby każdy zajmował się realizacją swojego zadania. Osoby, które wolą pisać mogły sporządzić raport, a osoby, które wolą być przed kamerą mogły występować w filmikach. Każda grupa wybierała osobę przewodniczącą.

Zadbaliśmy również o medialny rozgłos dla projektu. *Ciało bez filtra* opisał „Kurier Lubelski" oraz pojawił się programie informacyjnym „Wydarzenia" telewizji Polsat. W Akademickim Radiu Centrum mogliśmy opowiedzieć o swoich działaniach w ramach audycji *Profesura i Popkultura* oraz *Kwadrans Akademicki*. W publikacjach pomógł nam profesor Piotr Celiński, który zainicjował projekt i zainspirował nas do działania. Artykuł w „Kurierze Lubelskim" ukazał się dzięki staraniom naszej koleżanki z roku Patrycji Paszkowskiej.

Z przeprowadzonych badań wynika wiele zaskakujących wniosków. Po pierwsze na pytanie *Czy uważasz, że influencerzy mają wpływ na to jak postrzegamy swój wygląd?*, pozytywnie odpowiedziało około 70% kobiet, a niemal 60% badanych mężczyzn odpowiedziało „nie". Przyczyną rozbieżności mogą być treści w sieci adresowane do poszczególnych płci. Tematyka związana ze

zdrowiem i urodą w przeważającej mierze jest kierowana do kobiet. Co ujawnia, że to właśnie one są bardziej narażone na negatywny wpływ internetu w odniesieniu do postrzegania własnego ciała.

Na pytanie dotyczące doświadczenia hejtu atakującego wygląd, aż 65% kobiet zdradziło, iż go doświadczyło, a wśród mężczyzn było to znacząco mniej – 52%.

Natomiast 59% ankietowanych opowiedziało negatywnie na pytanie, czy dążą do standardów piękna promowanych przez twórców w sieci. Blisko 20% wszystkich badanych korzysta bądź korzystało z pomocy lekarskiej walcząc z kompleksami, a 36% korzystało z innych drastycznych środków, aby zmienić swój wygląd, takich jak restrykcyjne diety.

Projekt *Ciało bez filtra* został stworzony z myślą o podkreśleniu piękna różnorodności ludzkiego ciała oraz o promowaniu pozytywnego stosunku do swojego wyglądu. Analizując zachowania i postrzeganie własnego wizerunku przez osoby w różnym wieku, chcieliśmy zwrócić uwagę na negatywny wpływ mediów społecznościowych i wyidealizowanych standardów piękna. Naszym celem jest promowanie autentyczności i akceptacji swojego ciała. Chcemy przekonać odbiorców, że wartość człowieka nie zależy od tego, czy spełnia pewne społeczne standardy dotyczące wyglądu. Każde ciało jest piękne w swojej wyjątkowej i niepowtarzalnej formie.