

Karina Leksy

ORCID: 0000-0001-5907-7836

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Internalizacja popkulturowych wzorców atrakcyjności fizycznej przez użytkowników mediów społecznościowych – konteksty społeczno-kulturowe i edukacyjne

Internalization of pop culture patterns of physical attractiveness by social media users – socio-cultural and educational contexts

Abstract

The article aims to present social media's importance for internalizing the ideal body promoted in popular culture. Internalization of a culturally and socially desirable body image is associated with body image disorders, low self-esteem, and risky behaviors aimed mainly at reducing body weight among women and increasing musculature among men. The research presented in the article was conducted on 493 young adults via an online survey. In the group of women, the statistical analysis showed a correlation between the degree of agreement with the statement about the role of social media as a source of information about fashion and physical attractiveness and the preference for thinness. This result suggests the small body shape's internalization by the surveyed women. It indicates the need for psychoeducational activities in the critical reception of media content and education in healthy attitudes towards one's body.

Keywords

social media; body image; physical attractiveness; internalization; health education

Wprowadzenie

Preferencje odnoszące się do wyglądu ciała uzależnione są od kontekstu społeczno-kulturowego, w jakim dorasta i żyje człowiek. Kontekst ten wpływa m.in. na ocenę rozmiaru i kształtu ciała, jak również pożądany wizerunek ciała od najmłodszych lat. Równocześnie różnice w sposobie postrzegania, oceny i promowania różnych

„opcji” ludzkiej cielesności zależą także od czasu, przestrzeni i miejsca życia jednostki¹. Przykładowo, w krajach afrykańskich i arabskich nadmierna masa ciała utożsamiana jest z bogactwem, zdrowiem, płodnością, podczas gdy w kulturze zachodniej najbardziej pożądanym wzorcem cielesności jest szczupła sylwetka². Czynniki społeczno-kulturowe odgrywają więc istotną rolę w procesie internalizacji promowanego w danej kulturze wizerunku ciała³.

W literaturze przedmiotu wskazuje się na dwa mechanizmy mające niebagatelne znaczenie dla stopnia zadowolenia z własnego ciała i ogólnej samooceny. Pierwszym z nich jest teoria porównań społecznych, zgodnie z którą, gdy jednostki nie potrafią obiektywnie ocenić siebie i wyglądu swojego ciała, często porównują się do innych osób, które uważają za najbardziej podobne. Znaczenie porównań społecznych dla stopnia zadowolenia z własnego ciała⁴ potwierdzają liczne badania prowadzone w różnych kontekstach⁵. Drugim mechanizmem powiązanim z samooceną ciała jest internalizacja społecznych i kulturowych norm odnoszących się do wyglądu ciała. Badania wśród osób dorosłych potwierdziły znaczenie internalizacji szczupłych i/lub umięśnionych ideałów ciała w powstawaniu niezadowolenia z wyglądu ciała⁶. Warto zauważyć, że chociaż w obrębie różnych kultur wyznaczniki atrakcyjności fizycznej mogą być różne, to jednak od wielu już lat główny nacisk położony jest na niską masę ciała⁷.

¹ A.O. Musaiger, *Overweight and obesity in eastern Mediterranean region: prevalence and possible causes*, „Journal of Obesity” 2011, artykuł 407237, <https://doi.org/10.1155/2011/407237>; J. Rodin, *Cultural and psychosocial determinants of weight concerns*, „Annals of Internal Medicine” 1993, 119, s. 643–645; C.E. Rucker, T.F. Cash, *Body images, body-size perceptions, and eating behaviors among African-American and white college women*, „International Journal of Eating Disorders” 1992, 12(3), s. 291–299.

² V. Swami, D. Knight, M.J. Tovee, P. Davies, A. Furnham, *Preferences for female body size in Britain and the South Pacific*, „Body Image” 2007, 4(3), s. 219–223.

³ Por. A.S. Lowy, R.F. Rodgers, D.L. Franko, E. Pluhar, J.B. Webb, *Body image and internalization of appearance ideals in Black women: An update and call for culturally-sensitive research*, „Body Image” 2021, 39, s. 313–327, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.005>.

⁴ *Ibidem*; K. Leksy, *Ciało w społecznej przestrzeni Internetu – wpływ porównań społecznych na samoocenę i zachowania związane z ciałem młodych dorosłych*, „Studia Pedagogiczne. Problemy społeczne, edukacyjne i artystyczne” 2023, (42).

⁵ J. Fardouly, R.T. Pinkus, L.R. Vartanian, *The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives*, „Body Image” 2017, 20, s. 31–39; T.A. Myers, J.H. Crowther, *Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review*, „Journal of Abnormal Psychology” 2009, 118(4), s. 683–698, <https://doi.org/10.1037/a0016763>.

⁶ S. Grogan, *Body image. Understanding body dissatisfaction in men, women and children*, London 2008, za: S. Grogan, *Promoting positive body image in males and females: Contemporary issues and future directions*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 757–765, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9894-z>.

⁷ J.K. Thompson, E. Stice, *Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology*, „Current Directions in Psychological Science” 2001, 10(5), s. 181–183.

Obowiązująca w danym społeczeństwie kultura tworzy i rozpowszechnia za pośrednictwem środków masowego przekazu niezliczoną ilość informacji i sposobów wywołania „pożądanych” zmian w ciele, tak aby jak najbardziej odpowiadało standardom atrakcyjności i spełniało społeczne oczekiwania⁸. Zbyszko Melosik natomiast przypisuje mediom masowym ważną rolę w zakresie konstruowania obrazu pożądanego kształtu sylwetki i odpowiedniej masy ciała⁹. Znaczenie środków masowego przekazu w kształtowaniu wizerunku ciała sprowadza się do trzech głównych kwestii: promowanie nierealistycznie pięknych ludzi, utrwalanie przekonania, że „ładne jest dobre, a brzydkie, czyli grube – złe” oraz że atrakcyjność fizyczna jest atrybutem sukcesu¹⁰. Jednocześnie mass media odgrywają coraz większą rolę w procesie socjalizacji, kształtowania tożsamości jednostek, ich przekonań, poglądów i postaw, definiując m.in. role męskie i kobiece. Media „dają poczucie tego, co oznacza być »kobietą« lub »mężczyzną«, ale również tego, jak powinniśmy się w związku z tym zachowywać, jak wyglądać, czego pragnąć”¹¹. Mając na uwadze wpływ współczesnych mediów na proces socjalizacji młodego pokolenia w kontekście atrakcyjności fizycznej i wyglądu ciała, należy podkreślić, że od wielu już lat to przede wszystkim kobiety przedstawiane w mediach są nadmiernie szczupłe, a ich proporcje są wręcz nienaturalne i trudne do osiągnięcia. W konsekwencji wywołuje to w dorastających dziewczynkach poczucie nieadekwatności własnego ciała, prowadzi do niskiej samooceny i zaburza wizerunek własnego ciała¹². Równocześnie coraz liczniejsze badania wskazują, że internalizacja idealnego ciała i brak satysfakcji z jego wyglądu dotyczy już nie tylko kobiet, ale także mężczyzn. Badania przeprowadzone wśród amerykańskich studentów wykazały, że internalizacja promowanego w kulturze ideału ciała była bezpośrednim czynnikiem ryzyka niezadowolenia ze swojej muskulatury oraz podejmowania zachowań ryzykownych dla zdrowia w celu zmiany wyglądu ciała¹³.

Bez wątpienia ogromną rolę w kreacji rzeczywistości odgrywa Internet wraz z obecnymi tam mediami społecznościowymi, które pełnią także ważną rolę w kwestii promowania określonego wizerunku ciała, promują pożądany wzo-

⁸ A. Brytek-Matera, A. Rybicka-Klimczyk, *Wizerunek ciała w anoreksji i bulimii psychicznej*, Warszawa 2009, s. 62.

⁹ Z. Melosik, *Tyrania szczupłego ciała i jej konsekwencje*, [w:] Z. Melosik (red.), *Ciało i zdrowie w społeczeństwie konsumpcji*, Toruń–Poznań 1999, s. 140.

¹⁰ A. Głębocka, *Niezadowolenie z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*, Kraków 2009, s. 38.

¹¹ P. Bałdys, K. Piątek, *Kobiecość i męskość w mass mediach*, „Media i Społeczeństwo” 2019, (10), s. 10.

¹² A. Poorani, *Who determines the ideal body? A Summary of Research Findings on Body Image*, „New Media and Mass Communication” 2012, 2.

¹³ B.T. Karazsia, J.H. Crowther, *Sociocultural and psychological links to men's engagement in risky body change behaviors*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 747–756, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9802-6>.

rzec cielesności, tworząc jednocześnie powszechnie „obowiązujące” standardy i oczekiwania w tym zakresie. Danuta Sosnowska pisze o współczesnym spektaklu doskonałości człowieka rozgrywającym się w mediach, który jest lansowany przez reklamy i modę. Badaczka uważa, że społeczno-kulturowa presja idealnego ciała sprawia, że człowiek staje się zakładnikiem swoich niedoskonałości, co wywołuje w nim frustrację¹⁴. Reasumując, media, promując dany wzorzec cielesności, tworzą standardy, które wpływają na postrzeganie i samoocenę ciała, a także determinują zachowania ukierunkowane na osiągnięcie idealnego wyglądu ciała.

W artykule zostaną zaprezentowane niepublikowane dotąd wyniki badań własnych dotyczących stopnia zgodności wśród badanych kobiet i mężczyzn ze stwierdzeniem, że media społecznościowe pełnią istotną rolę w wyznaczaniu trendów mody i wzorców atrakcyjności fizycznej. W badaniach starano się także zweryfikować korelację pomiędzy przekonaniem respondentów o roli mediów społecznościowych w wyznaczaniu wzorców mody i atrakcyjności fizycznej a internalizacją wzorca idealnego ciała. W związku z tym pytania badawcze przyjęły następującą postać:

- Czy, a jeśli tak, to jakie istnieją różnice pomiędzy badanymi kobietami i mężczyznami w zakresie postrzegania mediów społecznościowych jako źródła informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej?
- Czy, a jeśli tak, to jaka istnieje korelacja pomiędzy postrzeganiem przez respondentów mediów społecznościowych jako istotnego źródła informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej a preferencjami w zakresie najbardziej pożądanego kształtu ciała?

W odniesieniu do tak postawionych pytań badawczych sformułowano następujące hipotezy:

- H1. Nie ma różnic pomiędzy badanymi kobietami i mężczyznami w zakresie postrzegania mediów społecznościowych jako źródła informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej.
- H2. Zachodzi korelacja pomiędzy postrzeganiem przez respondentów mediów społecznościowych jako istotnego źródła informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej a ich preferencjami w zakresie najbardziej pożądanego kształtu ciała. Im częściej respondenci byli przekonani o roli mediów społecznościowych w kreowaniu wizerunku atrakcyjności fizycznej, tym częściej wskazywali na te sylwetki, które społecznie i kulturowo są utożsamiane z idealnym kształtem ciała.

¹⁴ D. Sosnowska, *Doskonałość niedoskonała*, „Znak” 2005, (6), za: M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków 2016, s. 62.

Metodologia badań własnych

Informacja o badaniu i próbie badawczej

Przedstawiane w artykule wyniki badań są częścią większego projektu badawczego, którego celem była diagnoza znaczenia mediów społecznościowych dla samooceny i zachowań związanych z wyglądem ciała osób w okresie wczesnej dorosłości (18–35 lat). W prezentowanych badaniach zastosowana została metoda sondażu diagnostycznego, przy wykorzystaniu techniki ankiety i autorskiego kwestionariusza ankiety. Badania miały charakter badań internetowych i zostały przeprowadzone w roku 2020. Link z zaproszeniem do badań był wysyłany głównie za pośrednictwem poczty elektronicznej, platformy Teams oraz mediów społecznościowych (głównie Facebooka). Aby pozyskać jak największą liczbę respondentów, zastosowana została metoda „kuli śnieżnej”, w ramach której respondenci byli proszeni o rozpowszechnienie kwestionariusza ankiety wśród znajomych rówieśników¹⁵. W badaniach zastosowano celowy dobór próby – kryterium doboru próby była przynależność do co najmniej jednego portalu społecznościowego oraz przedział wiekowy respondenta: 18–35 lat (którą zgodnie z klasyfikacją Erika H. Ericsona stanowią „młodzi dorośli”)¹⁶. Biorąc pod uwagę kompletność wypełnienia kwestionariusza ankiety, do próby badawczej ostatecznie zakwalifikowano 493 młodych dorosłych, przy czym 128 osób stanowili mężczyźni, natomiast 365 – kobiety. Najliczniejszą grupę w obrębie badanych stanowiły osoby w wieku od 18 do 20 lat (239 osób) oraz od 21 do 25 lat (181 osób). Badania uzyskały pozytywną opinię Komisji Etyki Badań Naukowych Uniwersytetu Śląskiego prowadzonych z udziałem ludzi w sprawie etycznych aspektów podjętego projektu badawczego¹⁷.

Zmienne zależne i niezależne

Główną zmienną zależną w prezentowanych badaniach stanowiły preferencje w zakresie pożądanego wyglądu ciała kobiecego i męskiego w opinii badanych respondentów. Do oceny zastosowano Test sylwetek (osobno dla kobiet i mężczyzn) w opracowaniu Alberta J. Stunkarda, Thorkilda Sørensen, Fini Schulsingera¹⁸, ocenianych na skali 9-stopniowej – od najszcuplejszej (z przypisaną cyfrą 1) do wskazującej na otyłość (z przypisaną cyfrą 9). Respondentom zostało zaprezen-

¹⁵ E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, przeł. W. Betkiewicz i in., Warszawa 2005, s. 205–206.

¹⁶ Za: A. Brzezińska, *Społeczna psychologia rozwoju*, Warszawa 2014, s. 218.

¹⁷ Numer ewidencyjny opinii: KEUS.49/06.2020.

¹⁸ A.J. Stunkard, T. Sørensen, F. Schulsinger, *Use of the Danish Adoption Register for the study of obesity and thinness*, [w:] S.S. Kety, L.P. Rowland, R.L. Sidman, S.W. Matthysse (red.), *The genetics of neurological and psychological disorders*, New York 1983, s. 115–120.

towanych 9 różnych sylwetek i zadano pytanie: *Która z przedstawionych sylwetek kobiet najbardziej się Pani/Panu podoba?* Zgodnie z interpretacją zaproponowaną przez autorów Testu sylwetek figury 1 i 2 przedstawiają niedowagę, figury 3 i 4 – wagę w normie, figura 5 – niewielką nadwagę, 6 i 7 – nadwagę, z kolei figury 8 i 9 – otyłość. W niniejszym badaniu kobiety oceniały wyłącznie sylwetki damskie, a mężczyźni wyłącznie sylwetki męskie. Celem było sprawdzenie, na ile badane kobiety i mężczyźni zinternalizowali od lat promowane w kulturze zachodniej wzorce idealnego ciała utożsamianego przede wszystkim ze szczupłą sylwetką. Za zmienną niezależną przyjęto stopień zgodności respondentów ze stwierdzeniem mówiącym o tym, że media społecznościowe są ważnym źródłem informacji na temat mody i „bycia atrakcyjnym”. Badani oceniali powyższe stwierdzenie w skali od 1 – *zdecydowanie się nie zgadzam* do 5 – *zdecydowanie się zgadzam*. Dodatkowo, w odniesieniu do ww. stwierdzenia sprawdzono, czy istnieją różnice w jego ocenach ze względu na płeć respondentów.

Analiza statystyczna

W artykule zostały przedstawione wyniki częstotliwości dla wymienionych powyżej zmiennych zależnych i niezależnych. Z kolei dla sprawdzenia różnic między płciami w zakresie stopnia zgodności respondentów ze stwierdzeniem mówiącym o tym, że media społecznościowe są ważnym źródłem informacji na temat atrakcyjności fizycznej zastosowano test U Manna–Whitneya (przyjęty poziom istotności statystycznej: $p < 0,05$). Natomiast w celu weryfikacji hipotezy mówiącej o tym, że istnieje korelacja pomiędzy postrzeganiem przez respondentów mediów społecznościowych jako istotnego źródła informacji na temat atrakcyjności fizycznej a preferencjami w zakresie najbardziej pożądanego wyglądu ciała zastosowano nieparametryczny współczynnik korelacji Tau-b Kendalla (przyjęty poziom istotności statystycznej: $p < 0,05$). Wszystkie analizy statystyczne zostały wykonane z użyciem IBM SPSS Statistics wersja 28.0 dla Windows.

Wyniki badań

W odniesieniu do oceny stopnia zgodności respondentów ze stwierdzeniem mówiącym o tym, że media społecznościowe są ważnym źródłem informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej analiza uzyskanych danych wykazała, że ogólnie ze stwierdzeniem tym zgadzało się i zdecydowanie się zgadzało 43,8% badanych młodych dorosłych, z kolei 34,9% było przeciwnego zdania. Interesująco przedstawiają się wyniki kobiet i mężczyzn w analizowanym zakresie, które znaczącą różnią się stopniem zgodności z podanym stwierdzeniem. W odniesieniu do kobiet 46%

zgodziło się i zdecydowanie się zgodziło, że media społecznościowe są źródłem informacji o modzie i atrakcyjności fizycznej. Warto podkreślić, że podobną opinię wyraziło 37,5% badanych mężczyzn (zob. tab. 1).

Tabela 1. Stopień zgodności respondentów ze stwierdzeniem mówiącym o roli mediów społecznościowych jako źródle informacji o modzie i atrakcyjności fizycznej

<i>Media społecznościowe są ważnym źródłem informacji na temat mody i „bycia atrakcyjnym”.</i>	Zdecydowanie się nie zgadzam/ nie zgadzam się	Nie mam zdania	Zdecydowanie się zgadzam/zgadzam się
Ogólnie <i>n</i> = 493	34,9%	21,3%	43,8%
Kobiety <i>n</i> = 365	34,8%	19,2%	46,0%
Mężczyźni <i>n</i> = 128	35,2%	27,3%	37,5%

Źródło: Badania własne.

Jednocześnie analiza statystyczna przy zastosowaniu testu U Manna–Whitneya nie wykazała istotnych statycznie różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami w zakresie postrzegania mediów społecznościowych jako źródła informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej ($p = 0,106$; $Z = -1,616$; średnie rangi: dla kobiet – 252,98; dla mężczyzn – 229,95).

Biorąc pod uwagę uzyskane wyniki w zakresie preferencji respondentów dotyczących kształtu ciała z wykorzystaniem Testu sylwetek, statystyki opisowe pokazały, że najczęściej wybierane przez kobiety były sylwetki utożsamiane z masą ciała w normie (były to sylwetki nr 3 – 22,1% wskazań i nr 4 – 55,2% wskazań respondentek). Należy jednocześnie dodać, że 11,7% badanych kobiet wskazało sylwetkę interpretowaną jako nadwaga (sylwetka nr 5), z kolei 8,5% z nich wskazało tę, która w ww. teście jest interpretowana jako niedowaga (sylwetka nr 2). Rozpatrując wyniki odnoszące się do mężczyzn, trzeba zauważyć, że byli oni bardziej zgodni w swoich preferencjach i najczęściej wskazywali sylwetkę nr 5 interpretowaną jako lekka nadwaga (53,4% wskazań) oraz sylwetkę nr 4 ocenianą jako masa ciała w normie (32,3% wskazań).

Analizując wyniki badań własnych, starano się sprawdzić, czy istnieje korelacja pomiędzy postrzeganiem przez respondentów mediów społecznościowych jako istotnego źródła informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej a preferencjami badanych w zakresie najbardziej pożądanego kształtu ciała. W tym celu zastosowano nieparametryczny współczynnik korelacji Tau-b Kendalla. Na podstawie uzyskanych wyników analizy statystycznej można stwierdzić, że zachodzi korelacja pomiędzy przyjętymi zmiennymi tylko w odniesieniu do badanych

kobiet ($\tau = -0,180$; $p < 0,001$). Oznacza to, że im częściej kobiety zgadzały się ze stwierdzeniem, że media społecznościowe są ważnym źródłem informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej, tym częściej preferowały sylwetki o niższej masie ciała. W odniesieniu do badanych mężczyzn analiza statystyczna nie wykazała istnienia związku pomiędzy przyjętymi zmiennymi (zob. tab. 2).

Tabela 2. Wyniki dla współczynnika korelacji Tau-b Kendalla dotyczące wyboru preferowanej sylwetki w zależności od stopnia zgodności respondenta ze stwierdzeniem o roli mediów społecznościowych jako wyznaczniku mody i atrakcyjności fizycznej

Wyszczególnienie	Wartość współczynnika korelacji τ Kendalla	p
Kobiety	-0,180	<0,001*
Mężczyźni	0,075	0,328

* Przyjęty poziom istotności $p < 0,05$.

Źródło: Badania własne.

Dyskusja wyników

Zaprezentowane wyniki badań przeprowadzonych wśród młodych dorosłych w kontekście mediów społecznościowych wskazują, że dla wielu respondentów (w szczególności kobiet) są one znaczącym źródłem informacji na temat atrakcyjności fizycznej oraz trendów mody. Biorąc jednak pod uwagę, że w przestrzeni mediów społecznościowych (jak i w samym Internecie) można napotkać niezliczoną ilość wyidealizowanych obrazów kobiecych i męskich ciał, do których często porównują się użytkownicy, można przypuszczać, że w wielu przypadkach będzie to wiązało się z różnymi negatywnymi konsekwencjami (jak zaniżona samoocena, zaburzenia wizerunku ciała, poczucie wstydu, ryzykowne dla zdrowia zachowania ukierunkowane na poprawę wyglądu ciała), szczególnie dla osób spędzających dużo czasu w przestrzeni social mediów¹⁹. W tym kontekście warto przywołać badania przeprowadzone wśród młodych dorosłych przez Dagmarę Dobosz. Ich wyniki wskazują, że chociaż młodzi ludzie są świadomi stosowania programów do retuszu i cyfrowej obróbki materiałów wizualnych publikowanych w mediach, to jednak przez wielu z nich wyidealizowane zdjęcia i obrazy kobiet i mężczyzn są oceniane jako atrakcyjne i godne naśladowania. Badania te pokazały, że młodzi dorośli byli nie tylko biernymi odbiorcami medialnych przekazów,

¹⁹ Zob. np. K. Leksy, *Wpływ czasowego zaangażowania w media społecznościowe młodych dorosłych na zachowania związane z wyglądem ciała*, „Studia Edukacyjne” 2022, (65), s. 99–116, <https://doi.org/10.14746/se.2022.65.7>.

ale także aktywnie poszukującymi informacji na temat swoich idoli i wzorców idealnego wyglądu. Często także deklarowali, że podejmują określone czynności mające zbliżyć ich do promowanego wzorca atrakcyjnego ciała²⁰.

Oczywiście bardzo trudne, a wręcz niemożliwe dla przeciętnego użytkownika Internetu, jest kontrolowanie publikowanych treści i obrazów. Jednostce trudno przeciwstawić się ilości pojawiających się w mediach społecznościowych obrazów idealnych, nieskazitelnych i często nierealistycznych ludzkich ciał czy wymóc ich ograniczenie. Konieczna jest tu edukacja i podnoszenie świadomości samych użytkowników mediów na temat wykorzystywanych strategii i technicznych możliwości kreowania pożądanego wizerunku, a w związku z tym również niepoddawania się presji idealnego wyglądu. Na media społecznościowe można także spojrzeć jako na sprzymierzeńca i – choć to trudne zadanie – wykorzystać przestrzeń social mediów do promowania zdrowych, konstruktywnych postaw wobec własnego ciała²¹. Użycie mediów społecznościowych – jako narzędzia promowania zdrowia – wpisuje się w słowa Zofii Słońskiej, która pisała: „To, co dziś wiemy na temat wpływu na stan zdrowia stylu życia i jego determinantów, pozwala przyjąć, że jeśli zdrowie współczesnych populacji ma być skutecznie wzmacniane i chronione, musi być brana pod uwagę konieczność oddziaływania nie tylko na jednostki, ich wiedzę, umiejętności oraz postawy, ale także warunki, w których żyją ludzie, ze szczególnym uwzględnieniem środowiska społecznego”²².

Analiza wyników badań własnych zmierzała także do ustalenia, czy istnieje korelacja pomiędzy postrzeganiem przez respondentów mediów społecznościowych jako istotnego źródła informacji na temat mody i atrakcyjności fizycznej a ich preferencjami w zakresie najbardziej pożądanego kształtu ciała. Zakładana w hipotezie badawczej korelacja została potwierdzona tylko w odniesieniu do badanych kobiet. Oznacza to, że tym respondentkom, które częściej zgadzały się ze stwierdzeniem o ważnej roli mediów społecznościowych jako źródle informacji o modzie i atrakcyjności fizycznej, częściej podobała się szczupła i bardzo szczupła sylwetka kobiecego ciała. Można zatem zakładać, że te respondentki zinternalizowały w większym stopniu wzorec idealnego = szczupłego ciała, aniżeli pozostali uczestnicy badania, którzy nie zgadzali się lub nie mieli sprecyzowanego zdania na temat przedmiotowego stwierdzenia. Uzyskane w tym zakresie wyniki świadczą o tym, że niezmiennie to kobiety są bardziej podatne na medialne przekazy

²⁰ D. Dobosz, *Kobiecość i męskość w popkulturze z perspektywy młodych dorosłych. Studium jakościowe*, Katowice 2021, s. 246.

²¹ V.A. Goodyear, K.M. Armour, *What young people tell us about health-related social media and why we should listen*, [w:] V.A. Goodyear, K.M. Armour (red.), *Young people, social media and health*, London–New York 2019, s. 5.

²² Z. Słońska, *Socjologia a promocja zdrowia*, [w:] A. Ostrowska (red.), *Socjologia medycyny. Podejmowane problemy, kategorie analizy*, Warszawa 2009, s. 284.

dotyczące wyglądu ciała, częściej utożsamiają się z promowanym w kulturze zachodniej wzorcem atrakcyjności fizycznej i w związku z tym można przypuszczać, że częściej będą podejmować działania ukierunkowane na osiągnięcie szczupłej sylwetki. Może to mieć miejsce szczególnie w przypadku, gdy internalizacja medialnych przekazów dotyczących standardów atrakcyjności fizycznej i odczuwana presja społeczno-kulturowa, aby osiągnąć promowany ideał, stają się źródłem niezadowolenia z wyglądu własnego ciała²³. Badania innych autorów, którzy analizowali różnice płciowe w przedmiotowym zakresie, także potwierdzają większy stopień internalizacji wzorców idealnego ciała oraz ich wpływu na psychospołeczne samopoczucie wśród kobiet. Przykładowo, w badaniach dotyczących satysfakcji z własnego ciała i różnic płciowych w tym zakresie dziewczęta i kobiety niezależnie od wieku były znacznie mniej zadowolone z wyglądu ciała od mężczyzn²⁴. Badane charakteryzowały się znacznie większym poziomem wstydu i lęku związanego z wyglądem ciała²⁵, a także przejawiały więcej objawów dysmorfofobii w porównaniu z mężczyznami²⁶. Wśród kobiet zaobserwowano również większą tendencję do dokonywania porównań społecznych²⁷ i większy poziom internalizacji wzorców idealnego ciała²⁸. Warto również dodać, że ekspozycja na medialne obrazy idealnego ciała jest traktowana jako główna przyczyna dążenia dziewcząt do szczupłości²⁹, a także ma związek z ogólną samooceną³⁰.

²³ Zob. E. Stice, *Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review*, „Psychological Bulletin” 2002, 128(5), s. 825–848, za: A. Brytek-Matera, A. Rybicka-Klimczyk, *Wizerunek ciała w anoreksji i bulimii psychicznej*, op. cit., s. 76; K.H. Gordon, Y. Castro, L. Sitnikov, J.M. Holm-Denoma, *Cultural body shape ideals and eating disorder symptoms among White, Latina, and Black college women*, „Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology” 2010, 16(2), s. 135–143.

²⁴ M.S. Boroughs, R. Krawczyk, J.K. Thompson, *Body dysmorphic disorder among diverse racial/ethnic and sexual orientation groups: Prevalence estimates and associated factors*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 725–737, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9831-1>; D. Mellor, M. Fuller-Tyszkiewicz, M.P. McCabe, L.A. Ricciardelli, *Body image and self-esteem across age and gender: A short-term longitudinal study*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 672–681, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9813-3>.

²⁵ B.L. Choma, B.A. Visser, J.A. Pozzebon, A.F. Bogaert, M.A. Busseri, S.W. Sadava, *Self-objectification, self-esteem, and gender: Testing a moderated mediation model*. „Sex Roles”, 2010, 63, s. 645–656, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9829-8>.

²⁶ M.S. Boroughs, R. Krawczyk, J.K. Thompson, *Body dysmorphic disorder among diverse racial/ethnic and sexual orientation groups: Prevalence estimates and associated factors*, op. cit.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ T.A. Petrie, Ch. Greenleaf, S. Martin, *Biopsychosocial and physical correlates of middle school boys' and girls' body satisfaction*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 631–644, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9872-5>.

²⁹ L. Smolak, J.A. Stein, *The relationship of drive for muscularity to sociocultural factors, self-esteem, physical attributes gender roles, and social comparison in middle school boys*, „Body Image” 2006, 3(2), s. 121–129; D. Carlson Jones, *Body image among adolescent girls and boys: A longitudinal study*, „Developmental Psychology” 2004, 40(5), s. 823–835.

³⁰ S.J. Paxton, D. Neumark-Sztainer, P.J. Hannan, M.E. Eisenberg, *Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys*, „Journal of Clinical Child

Na zakończenie należy podkreślić, że w sytuacji, gdy jednostka ocenia swój wygląd jako odbiegający od promowanych standardów atrakcyjności fizycznej, zazwyczaj podejmuje zachowania ukierunkowane na poprawę wizerunku ciała i często są to zachowania ryzykowne dla zdrowia³¹. Dlatego, w ramach profilaktyki szeroko rozumianych zaburzeń i problemów związanych z wizerunkiem ciała, niezwykle ważne są interwencje psychoedukacyjne ukierunkowane na uświadomienie ludziom tego, jak bardzo nierealne są promowane w kulturze zachodniej standardy odnoszące się do wyglądu ciała. Programy te podkreślają kulturową względność ideałów smukłości oraz przedstawiają szerokie możliwości fotografii cyfrowej, które wykorzystywane są do obróbki zdjęć. Jednym z programów psychoedukacyjnych tego typu są treningi korzystania z mediów (ang. *Media Literacy Training*), dzięki którym uczestnicy podnoszą swoje umiejętności w zakresie przeciwstawiania się internalizacji promowanych wzorców idealnego ciała. Wielu autorów programów tego typu potwierdza ich skuteczność w ograniczaniu internalizacji szczupłego ciała przez kobiety³². Podkreśla się także, iż niezwykle ważne i potrzebne jest wdrażanie interwencji psychoedukacyjnych odnoszących się do wizerunku ciała wśród dziewczynek, zanim osiągną wiek szkolny, aby skutecznie zapobiegać internalizacji przekonania, że „chuda = idealna”³³ i negatywnym konsekwencjom z tym związanym³⁴.

W związku z powyższym konieczna jest edukacja – zarówno medialna, jak i zdrowotna – dzięki której osoby w różnym wieku nabędą umiejętności krytycznego odbioru mediów oraz podniosą poziom alfabetyzmu zdrowotnego. Biorąc pod uwagę powszechną obecność portali społecznościowych w życiu młodych ludzi, w programach nauczania należy uwzględnić przede wszystkim wiedzę i umiejętności odnoszące się do krytycznego odbioru rozmaitych treści pojawiających się w medialnej przestrzeni. Rozwiązaniem może tu być edukacja z zakresu cyfrowego alfabetyzmu zdrowotnego (ang. *Digital Health Literacy*) powiązana z ideą

and Adolescent Psychology” 2006, 35(4), s. 539–549, https://doi.org/10.1207/s15374424jccp3504_5; M. Tiggemann, *Body dissatisfaction and adolescent self-esteem: Prospective findings*, „Body Image” 2005, 2(2), s. 129–135, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.03.006>.

³¹ M.F. Flament, E.M. Hill, A. Buchholz, K. Henderson, G.A. Tasca, G. Goldfield, *Internalization of the thin and muscular body ideal and disordered eating in adolescence: The mediation effects of body esteem*, „Body Image” 2012, 9, s. 68–75.

³² M.P. Levine, L. Smolak, *Ecological and activism approaches to the prevention of body image problems*, [w:] T.F. Cash, T. Pruzinsky (red.), *Body image. A handbook of theory, research, and clinical practice*, New York 2002, s. 497–505.

³³ *Ibidem*.

³⁴ J.A. Harriger, R.M. Calogero, D.C. Witherington, J.E. Smith, *Body size stereotyping and internalization of the thin ideal in preschool girls*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 609–620, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9868-1>.

alfabetyzmu zdrowotnego dotyczącą jednak technologii cyfrowych³⁵. Współcześnie wzrost alfabetyzmu zdrowotnego, w tym również cyfrowego, powinien być jednym z głównych celów edukacji. Samo pojęcie alfabetyzmu zdrowotnego jest w literaturze przedmiotu definiowane jako wiedza, motywacja i kompetencje ludzi niezbędne do zdobywania, rozumienia, oceniania i wykorzystania informacji dotyczących zdrowia³⁶. Ponadto, dla poparcia postulatu dotyczącego realizacji edukacji zdrowotnej uwzględniającej zagadnienia związane z wizerunkiem ciała w popkulturze oraz roli mediów społecznościowych w kształtowaniu postaw wobec własnej cielesności, warto przytoczyć słowa Piotra Błajeta, który pisze m.in.:

jednym z podstawowych zabiegów edukacyjnych jest kształcenie w jednostce tych dyspozycji, które umożliwiają rozwiązywanie problemów immamentnie związanych z egzystencją zarówno w aspekcie biologicznym, jak i społecznym. Człowiek wewnętrznie zintegrowany, chcący i potrafiący wykorzystać swój potencjał, a więc i ten związany z ciałem (rozumianym jako jeden z poziomów świadomości) będzie skuteczniej radził sobie z różnymi problemami, co z kolei warunkuje optymalny rozwój³⁷.

Bibliografia

- Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, przeł. W. Betkiewicz i in., Warszawa 2005.
- Baldys P., Piątek K., *Kobiecość i męskość w mass mediach*, „Media i Społeczeństwo” 2019, (10), s. 9–16.
- Błajet P., *Ciało jako kategoria pedagogiczna. W poszukiwaniu integralnego modelu edukacji*, Toruń 2006.
- Boroughs M.S., Krawczyk R., Thompson J.K., *Body dysmorphic disorder among diverse racial/ethnic and sexual orientation groups: Prevalence estimates and associated factors*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 725–737, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9831-1>
- Brytek-Matera A., Rybicka-Klimczyk A., *Wizerunek ciała w anoreksji i bulimii psychicznej*, Warszawa 2009.
- Brzezińska A., *Społeczna psychologia rozwoju*, Warszawa 2014.
- Carlson Jones D., *Body image among adolescent girls and boys: A longitudinal study*, „Developmental Psychology” 2004, 40(5), s. 823–835.
- Choma B.L., Visser B.A., Pozzebon J.A., Bogaert A.F., Busseri M.A., Sadava S.W., *Self-objectification, self-esteem, and gender: Testing a moderated mediation model*. „Sex Roles”, 2010, 63, s. 645–656, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9829-8>

³⁵ Zob. np. R. van der Vaart, C. Drossaert, *Development of the digital health literacy instrument: Measuring a broad spectrum of health 1.0 and health 2.0 skills*, „Journal of Medical Internet Research” 2017, 19(1), e27, <https://doi.org/10.2196/jmir.6709>.

³⁶ K. Sørensen, S. Van den Broucke, J. Fullam, G. Doyle, J. Pelikan, Z. Slonska, H. Brand, *Health literacy and public health, A systematic review and integration of definitions and models*, „BMC Public Health” 2012, 12, artykuł 80, <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-80>.

³⁷ P. Błajet, *Ciało jako kategoria pedagogiczna. W poszukiwaniu integralnego modelu edukacji*, Toruń 2006, s. 244.

- Dobosz D., *Kobiecość i męskość w popkulturze z perspektywy młodych dorosłych. Studium jakościowe*, Katowice 2021.
- Fardouly J., Pinkus R.T., Vartanian L.R., *The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives*, „Body Image” 2017, 20, s. 31–39.
- Flament M., Hill E.M., Buchholz A., Henderson K., Tasca G.A., Goldfield G., *Internalization of the thin and muscular body ideal and disordered eating in adolescence: The mediation effects of body esteem*, „Body Image” 2012, 9, s. 68–75.
- Głębocka A., *Niezadowolenie z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*, Kraków 2009.
- Goodyear V.A., Armour K.M., *What young people tell us about health-related social media and why we should listen*, [w:] V.A. Goodyear, K.M. Armour (red.), *Young people, social media and health*, London–New York 2019, s. 1–20.
- Gordon K.H., Castro Y., Sitnikov L., Holm-Denoma J.M., *Cultural body shape ideals and eating disorder symptoms among White, Latina, and Black college women*, „Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology” 2010, 16(2), s. 135–143.
- Grogan S., *Promoting positive body image in males and females: Contemporary issues and future directions*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 757–765, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9894-z>
- Harriger J.A., Calogero R.M., Witherington D.C., Smith J.E., *Body size stereotyping and internalization of the thin ideal in preschool girls*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 609–620, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9868-1>
- Karazsia B.T., Crowther J.H., *Sociocultural and psychological links to men's engagement in risky body change behaviors*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 747–756, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9802-6>
- Leksy K., *Ciało w społecznej przestrzeni Internetu – wpływ porównań społecznych na samoocenę i zachowania związane z ciałem młodych dorosłych*, „Studia Pedagogiczne. Problemy społeczne, edukacyjne i artystyczne” 2023, (42), s. 25–42.
- Leksy K., *Wpływ czasowego zaangażowania w media społecznościowe młodych dorosłych na zachowania związane z wyglądem ciała*, „Studia Edukacyjne” 2022, (65), s. 99–116, <https://doi.org/10.14746/se.2022.65.7>
- Levine M.P., Smolak L., *Ecological and activism approaches to the prevention of body image problems*, [w:] T.F. Cash, T. Pruzinsky (red.), *Body image. A handbook of theory, research, and clinical practice*, New York 2002, s. 497–505.
- Lowy A.S., Rodgers R.F., Franko D.L., Pluhar E., Webb J.B., *Body image and internalization of appearance ideals in Black women: An update and call for culturally-sensitive research*, „Body Image” 2021, 39, s. 313–327, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.005>
- Mellor D., Fuller-Tyszkiewicz M., McCabe M.P., Ricciardelli L.A., *Body image and self-esteem across age and gender: A short-term longitudinal study*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 672–681, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9813-3>
- Melosik Z., *Tyrania szczupłego ciała i jej konsekwencje*, [w:] Z. Melosik (red.), *Ciało i zdrowie w społeczeństwie konsumpcji*, Toruń–Poznań 1999, s. 139–158.
- Musaiger A.O., *Overweight and obesity in eastern Mediterranean region: prevalence and possible causes*, „Journal of Obesity” 2011, artykuł 407237, <https://doi.org/10.1155/2011/407237>
- Myers T.A., Crowther J.H., *Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review*, „Journal of Abnormal Psychology” 2009, 118(4), s. 683–698, <https://doi.org/10.1037/a0016763>
- Paxton S.J., Neumark-Sztainer D., Hannan P.J., Eisenberg M.E., *Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys*, „Journal of Cli-

- tical Child and Adolescent Psychology” 2006, 35(4), s. 539–549. https://doi.org/10.1207/s15374424jccp3504_5
- Petrie T.A., Greenleaf Ch., Martin S., *Biopsychosocial and physical correlates of middle school boys’ and girls’ body satisfaction*, „Sex Roles” 2010, 63, s. 631–644, <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9872-5>
- Poorani A., *Who determines the ideal body? A Summary of Research Findings on Body Image*, „New Media and Mass Communication” 2012, 2, s. 1–12.
- Rodin J., *Cultural and psychosocial determinants of weight concerns*, „Annals of Internal Medicine” 1993, 119, s. 643–645.
- Rucker C.E., Cash T.F., *Body images, body-size perceptions, and eating behaviors among African-American and white college women*, „International Journal of Eating Disorders” 1992, 12(3), s. 291–299.
- Słowska Z., *Socjologia a promocja zdrowia*, [w:] A. Ostrowska (red.), *Socjologia medycyny. Podejmowane problemy, kategorie analizy*, Warszawa 2009, s. 283–310.
- Smolak L., Stein J.A., *The relationship of drive for muscularity to sociocultural factors, self-esteem, physical attributes gender roles, and social comparison in middle school boys*, „Body Image” 2006, 3(2), s. 121–129.
- Sørensen K., Van den Broucke S., Fullam J., Doyle G., Pelikan J., Słowska Z., Brand H., *Health literacy and public health, A systematic review and integration of definitions and models*, „BMC Public Health” 2012, 12, artykuł 80, <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-80>
- Stunkard A.J., Sørensen T., Schulsinger F., *Use of the Danish Adoption Register for the study of obesity and thinness*, [w:] S.S. Kety, L.P. Rowland, R.L. Sidman, S.W. Matthysse (red.), *The genetics of neurological and psychological disorders*, New York 1983, s. 115–120.
- Swami V., Knight D., Tovee M.J., Davies P., Furnham A., *Preferences for female body size in Britain and the South Pacific*, „Body Image” 2007, 4(3), s. 219–223.
- Szpunar M., *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków 2016.
- Thompson J.K., Stice E., *Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology*, „Current Directions in Psychological Science” 2001, 10(5), s. 181–183.
- Tiggemann M., *Body dissatisfaction and adolescent self-esteem: Prospective findings*, „Body Image” 2005, 2(2), s. 129–135, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.03.006>
- van der Vaart R., Drossaert C., *Development of the digital health literacy instrument: Measuring a broad spectrum of health 1.0 and health 2.0 skills*, „Journal of Medical Internet Research” 2017, 19(1), e27, <https://doi.org/10.2196/jmir.6709>