



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Wybrane aspekty kultury wizualnej a obraz i akceptacja ciała :
implikacje behawioralne

Author: Magdalena Hyla

Citation style: Hyla Magdalena. (2015). Wybrane aspekty kultury wizualnej a obraz i akceptacja ciała : implikacje behawioralne. "Chowanna" (Nr 2, (2015), s. 199-218).



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego



Magdalena Hyla

Uniwersytet Śląski

Wybrane aspekty kultury wizualnej a obraz i akceptacja ciała Implikacje behawioralne

Wprowadzenie

Kultura wizualna a niezadowolenie z ciała

We współczesnej kulturze, określanej mianem kultury konsumpcji, człowiek został sprowadzony do roli konsumenta, mającego wybierać to, co łatwe, proste i szybkie¹. Konsumpcja nie oznacza jedynie aktu zaspakajania potrzeb, lecz pozwala na poszukiwanie doznań² i stanowi nieodłączną część codziennego funkcjonowania człowieka. Rozwój globalnej kultury konsumpcji wiąże się z przemianami ostatnich dekad, szczególnie rozwojem telewizji, sieci komputerowych i Internetu, a za główne nośniki wartości i ideałów współczesnej kultury uznaje się telewizję, przemysł filmowy i fonograficzny, reklamę oraz Internet³. W związku z tym coraz częściej można spotkać się z określeniem współczesnej kultury mianem kultury wizualnej, w której człowiek-konsument poszukuje informacji, znaczeń i przyjemności poprzez kontakt z wizualną technologią⁴.

¹ *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu. Psychologiczne ścieżki współzależności.* Red. A. Zawadzka, M. Górnik-Durose. Sopot: GWP, 2010.

² B. Mróz: *Dyskretny urok konsumpcjonizmu. Szkic do portretu konsumenta XXI wieku.* W: *Życie w konsumpcji...*

³ *Ibidem.*

⁴ N. Mirzoeff: *What is Visual Culture?* In: *Idem: The Visual Culture Reader.* London: Routledge, 1998.

Jednym z najbardziej interesujących obszarów badawczych, w których dostrzega się wpływ kultury wizualnej (wartości i obrazów popularyzowanych przez media) na człowieka, jest sfera związana z obrazem własnego ciała. Liczne badania wskazują na negatywny wpływ kreowanego przez media⁵ ideału wyglądu na obraz własnego ciała człowieka (największy w grupie młodych kobiet⁶). Wpływ ten odbywa się między innymi poprzez takie mechanizmy, jak internalizacja, uprzedmiotowienie siebie oraz porównywanie swojego wyglądu z wyglądem innych osób oraz promowanym wyglądem idealnym.

Internalizacja jest przyjmowaniem jako własne kreowanych przez media wizerunków oraz informacji dotyczących ideałów wyglądu; ma to miejsce do tego stopnia, że osoba pragnie zrealizować te ideały i angażuje się w zachowania, które do tego mają prowadzić⁷. Ideały sylwetki są jednak skrajnie trudne do osiągnięcia – u kobiet, które aspirują do tego, by te ideały zrealizować, najczęściej dochodzi do niepowodzenia. Przeradza się ono w negatywną postawę względem swojego ciała i niezadowolenie z niego⁸, a także poczucie wstydu⁹. Wyniki badań sugerują, że w przypadku mężczyzn mechanizm internalizacji nie odgrywa tak dużej roli¹⁰.

W teorii uprzedmiotowienia¹¹ zakłada się, że obecność w mediach obrazów prezentujących kobiety jako obiekty seksualne sprzyja uprzedmiotowieniu tej płci. Osoba przejawiająca wysoki poziom uprzedmiotowienia traktuje swoje ciało jak przedmiot, który istnieje do użytku i dla przyjemności innych, a także myśli o swoim ciele oraz ocenia je jedynie z perspektywy atrybutów związanych z atrakcyjnością i wyglą-

⁵ S. Grabe, L. Ward, J. Hyde: *The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies*. „Psychological Bulletin” 2008, no. 124.

⁶ R. Ata, A. Ludden, M. Lally: *The Effects of Gender and Family, Friend, and Media Influences on Eating Behaviors and Body Image During Adolescence*. „Journal of Youth & Adolescence” 2007, no. 56.

⁷ H. Keery et al.: *The Sociocultural Internalization of Appearance Questionnaire – Adolescents (SIAQ-A): Psychometric Analysis and Normative Data for Three Countries*. „Eating and Weight Disorders” 2004, no. 1(9).

⁸ G. Cafri et al.: *The Influence of Sociocultural Factors on Body Image: A Meta-Analysis*. „Clinical Psychology: Science and Practice” 2005, no. 12.

⁹ K. Harrison, B. Fredrickson: *Women’s Sports Media, Self-Objectification, and Mental Health in Black and White Adolescent Females*. „Journal of Communication” 2003, no. 53.

¹⁰ D. Hargreaves, M. Tiggeman: *Idealized Media Images and Adolescent Body Image: „Comparing” Boys and Girls*. „Body Image” 2004, no. 1.

¹¹ B. Fredrickson, T. Roberts: *Objectification Theory*. „Psychology of Women Quarterly” 1997, no. 21.

dem¹². To kobiety są częściej prezentowane jako obiekty seksualne w mediach; mężczyźni są grupą w mniejszym stopniu narażoną na mechanizm uprzedmiotowienia¹³.

Według Teorii Porównań Społecznych¹⁴, ludzie mają wrodzoną tendencję do ewaluacji swoich opinii i umiejętności. Porównywanie swojego wyglądu z wyglądem innych osób jest silnie powiązane z negatywnym obrazem własnego ciała w grupie kobiet¹⁵. W grupie mężczyzn przeprowadzono niewiele badań dotyczących porównań związanych z wyglądem, lecz badania te wskazują, że porównania swojego wyglądu z wyglądem innych mają podobny wzorzec w grupach mężczyzn i kobiet¹⁶. W ostatnich latach zauważono, że w procesie porównywania swojego wyglądu z wyglądem innych odgrywają rolę internetowe portale społecznościowe. Badania wykazują, że zarówno całkowita aktywność na portalu Facebook¹⁷, jak i aktywność powiązana ze zdjęciami¹⁸ (częsta zmiana zdjęć profilowych, oglądanie zdjęć znajomych) wiążą się negatywnie z oceną swojego ciała.

Wydaje się, że relację między propagowaniem w mediach ideałów sylwetki a zadowoleniem z ciała można rozpatrywać także pod kątem wyznaczanych przez jednostkę wartości odnoszących się do ogólnego funkcjonowania, a nie jedynie do aspektu cielesnego. Kultura konsumpcjonizmu, wspierana przez wizualne przekazy, promuje wartości materialistyczne¹⁹. Tim Kasser i Richard M. Ryan²⁰ zaproponowali podejście, w którym wartości – cele życiowe – można podzielić na dwa typy: wartości wewnętrzne (na przykład aktywność społeczna, dobre relacje z bliskimi) oraz warto-

¹² B. Fredrickson et al.: *That Swimsuit Becomes You: Sex Differences in Self-Objectification, Restrained Eating, and Math Performance*. „Journal of Personality and Social Psychology” 1998, no. 75(1).

¹³ B. Fredrickson, T. Roberts: *Objectification Theory...*

¹⁴ L. Festinger: *A Theory of Social Comparison Processes*. „Human Relations” 1954, no. 7.

¹⁵ T. Myers, J. Crowther: *Social Comparison as a Predictor of Body Dissatisfaction: A Meta-Analytic Review*. „Journal of Abnormal Psychology” 2009, no. 118(4).

¹⁶ Podaję za: L. Schaefer: *The Development and Validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R)*. <http://scholarcommons.usf.edu/etd/4575> [15.11.2014].

¹⁷ M. Tiggemann, J. Miller: *The Internet and Adolescent Girls' Weight Satisfaction and Drive for Thinness*. „Sex Roles” 2010, no. 63.

¹⁸ E. Meier, J. Gray: *Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls*. „Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking” 2013, no. 10(10).

¹⁹ T. Kasser: *Materialism and its Alternatives*. W: *Życie w konsumpcji...*

²⁰ T. Kasser, R. Ryan: *A Dark Side of the American Dream: Correlates of Financial Success as a Central Life Aspiration*. „Journal of Personality and Social Psychology” 1993, no. 65.

ści zewnętrzne (tzw. *image, money, fame* – wizerunek, pieniądze, sława). Przywiązywanie dużej wagi do realizacji wartości zewnętrznych może powodować ignorowanie własnych potrzeb (w tym zaniedbywanie zdrowia) i prowadzi do poczucia niższej jakości życia²¹. Można przewidywać, że duże zaangażowanie w realizację wartości zewnętrznych będzie wspierało funkcjonowanie mechanizmów internalizacji, uprzedmiotowienia oraz porównywania i wiązało się z mniejszym zadowoleniem z ciała.

Niezadowolenie z ciała i implikacje tego niezadowolenia

Badania CBOS z 2003 roku wskazują, że około 27% Polaków jest niezadowolonych ze swojego wyglądu²². W tej grupie 56% kobiet i 44% mężczyzn odczuwa potrzebę zmiany w swoim wyglądzie, na przykład zmniejszenia wagi (kobiety) lub zwiększenia masy mięśniowej (mężczyźni). Zjawisko to jest niepokojące, jeśli weźmiemy pod uwagę współwystępowanie negatywnej samooceny w zakresie wyglądu z niezadowoleniem z innych sfer życia. Badania Anny Karolczak, Jarosława Kulbata i Alicji Głębockiej²³ wskazują, że niezadowolenie z ciała wiąże się z poczuciem niskiej jakości życia (brak poczucia akceptacji otoczenia), deficytami w sferze poznawczej (brak poczucia kontroli, niezdolność realizowania planów życiowych) oraz emocjonalnej (pesymizm, obniżony nastrój). Negatywna ocena ciała wiąże się też silnie ze sferą behawioralną – do najbardziej powiązanych z oceną ciała zachowań należy stosowanie różnorodnych metod kontroli wagi ciała (ćwiczenia fizyczne, ograniczanie posiłków lub rezygnacja z nich, prowokowanie wymiotów, zażywanie tabletek hamujących apetyt i środków przeczyszczających)²⁴. Negatywny obraz ciała wiąże się także z częstszym angażowaniem się w kupowanie ubrań, kosmetyków i częstsze korzystanie z usług kosmetycznych²⁵. Poczucie niezadowolenia z ciała pozostaje w relacji ze specyficznym stylem życia, który toczy się wokół unikania nieprzyjemnych myśli, emocji i sytua-

²¹ P. Schmuck, T. Kasser, R. Ryan: *Intrinsic and Extrinsic Goals: Their Structure and Relationship to Well-being in German and U.S. College Students*. „Social Indicators Research” 2000, no. 50.

²² Centrum Badania Opinii Społecznej: *Stosunek do własnego ciała – ideał pięknej kobiety i przystojnego mężczyzny*. Komunikat z badań. Warszawa, październik 2003. BS/152/2003. www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K_152_03.PDF [dostęp: 7.12.2015], s. 3.

²³ A. Karolczak, J. Kulbat, A. Głębocka: *Zadowolenie z własnego ciała a treść przekonań o sobie*. „Psychologia Jakości Życia” 2002, nr 1(2).

²⁴ A. Głębocka: *Niezadowolenie z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, 2009; A. Brytek-Matera: *Obraz ciała – obraz siebie*. Warszawa: Difin, 2008.

²⁵ A. Brytek-Matera: *Obraz ciała – obraz siebie...*

cji związanych z wyglądem²⁶, a prowadzi do zachowań unikowych (na przykład unikania spotkań towarzyskich, na których mógłby być oceniany wygląd)²⁷. Krańcowo negatywne postawy wobec własnego ciała stanowią także kryterium diagnostyczne i nieodłączny element zaburzeń psychicznych związanych z odżywianiem²⁸.

Akceptacja siebie jako odpowiedź na niezadowolenie ze swojego wyglądu i implikacje tego niezadowolenia

Nie od dziś wiadomo, że akceptacja siebie, troska o siebie i życzliwość dla samego siebie stanowią klucz do dobrostanu psychicznego. Jednak dopiero w latach dziewięćdziesiątych XX wieku zauważalny stał się w psychologii trend teoretyczny poszukiwania zdrowej postawy wobec samego siebie²⁹, alternatywny dla samooceny globalnej i szczegółowej (na przykład oceny swojego ciała). W ramach tego nurtu proponowano interesujące konceptualizacje, takie jak *self-respect*, *self-efficacy* czy *self-compassion*³⁰, a w ramach tzw. terapii behawioralnych trzeciej generacji zwrócono szczególną uwagę na akceptację (por. Terapia Akceptacji i Zaangażowania³¹). Wszystkie te podejścia silnie podkreślają podmiotowość człowieka oraz fakt, że niedoskonałość jest wpisana w ludzką kondycję, a nieustanna praca nad zmianą sytuacji przynosi bardzo często mniejsze korzyści niż umiejętność zaakceptowania niedoskonałości i zaangażowane działanie³².

Akceptacja siebie i życzliwość dla siebie odgrywają istotną rolę w obszarze zadowolenia z ciała. Współczucie dla siebie (*self-compassion*) stanowi istotny predyktor zaabsorbowania wyglądem oraz wagą (im wyższy poziom współczucia dla siebie, tym niższe zaabsorbowanie wyglądem oraz wagą) i jest związane z niższym poziomem poczucia winy z powodu jedzenia³³. Laura Avalos, Tracy L. Tylka i Nichole Wood-Barca

²⁶ J. Rosen et al.: *Development of a Body Image Avoidance Questionnaire*. „A Journal of Consulting and Clinical Psychology” 1991, no. 3(1).

²⁷ Ibidem.

²⁸ A. Brytek-Matera, A. Rybicka-Klimczyk: *Wizerunek ciała w anoreksji i bulimii psychicznej*. Warszawa: Difin, 2009.

²⁹ Por. I. Dzwonkowska: *Współczucie wobec samego siebie a inne wymiary osobowości oraz emocjonalne funkcjonowanie ludzi*. „Czasopismo Psychologiczne” 2013, nr 19(2).

³⁰ Ibidem.

³¹ S. Hayes, K. Strosahl, K. Wilson: *Terapia Akceptacji i Zaangażowania. Proces i praktyka uważnej zmiany*. Przeł. M. Kapera. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2013.

³² Ibidem.

³³ L. Wasylkiw, A. MacKinnon, A. MacLellan: *Exploring the Link Between Self-Compassion and Body Image in University Women*. „Body Image” 2009, no. 9.

low³⁴ zaproponowały interesującą konceptualizację związaną z akceptacją ciała – *body appreciation*. Termin ten odnosi się do bezwarunkowej aprobaty swojego ciała i szacunku do niego. Osoba, która w ten sposób odnosi się do ciała, rozumie, że jest ono wyjątkowe, akceptuje jego wady i zalety, okazuje mu szacunek poprzez reagowanie na jego potrzeby oraz odrzuca nierealistyczne standardy szczupłej sylwetki³⁵. Badania wskazują, że akceptacja ciała, rozumiana jako *body appreciation*, pełni istotną rolę w relacji między interpersonalnymi oraz intrapersonalnymi zmiennymi a zachowaniami prozdrowotnymi oraz symptomami depresyjnymi³⁶. Obiecujące wyniki badań empirycznych dotyczących roli akceptacji ciała w warunkach współczesności pozwalają uważać, że akceptacja ciała stanowi „przyszłość tej dziedziny”³⁷ i jest mechanizmem, który ma ogromny potencjał w profilaktyce skutków negatywnego obrazu ciała.

Badania własne

Głównym celem przeprowadzonego badania była wstępna eksploracja problematyki niezadowolenia z ciała i jej powiązań z szeroko rozumianym wpływem kultury wizualnej na osoby młode w warunkach polskich. Dodatkowym celem badań była odpowiedź na pytanie, czy akceptacja ciała odgrywa również w badanej grupie Polaków istotną rolę jako mediator między wpływami kultury wizualnej a zadowoleniem z ciała. W odniesieniu do poczynionych wcześniej rozważań teoretycznych postawiono następujące pytania badawcze:

1. Czy wartości promowane przez konsumpcjonistyczną kulturę wizualną (wartości zewnętrzne) wiążą się z niezadowoleniem z ciała wśród kobiet i mężczyzn?
2. Czy internalizacja społecznych norm dotyczących wyglądu, uprzedmiotowienie siebie oraz tendencja do porównywania się z innymi wiążą się z niezadowoleniem z ciała wśród kobiet i mężczyzn?
3. Czy akceptacja jest mediatorem relacji między wartościami zewnętrznymi, internalizacją, uprzedmiotowieniem oraz porównywaniem się a zadowoleniem z ciała?

³⁴ L. Avalos, T. Tylka, N. Wood-Barcalow: *The Body Appreciation Scale: Development and Psychometric Evaluation*. „Body Image” 2005, no. 2(3).

³⁵ K. Homan, T. Tylka: *Appearance-Based Exercise Motivation Moderates the Relationship Between Exercise Frequency and Positive Body Image*. „Body Image” 2014, no. 11.

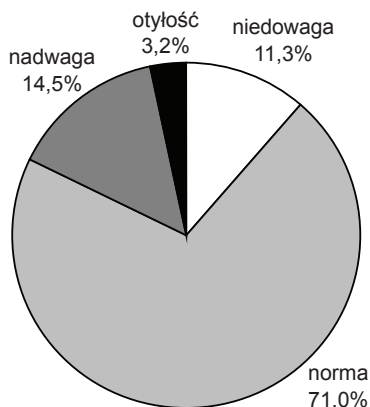
³⁶ A. Iannantuono, T. Tylka: *Interpersonal and Intrapersonal Links to Body Appreciation in College Women: An Exploratory Model*. „Body Image” 2012, no. 9.

³⁷ Podaję za: K. Homan, T. Tylka: *Appearance-Based Exercise Motivation...*

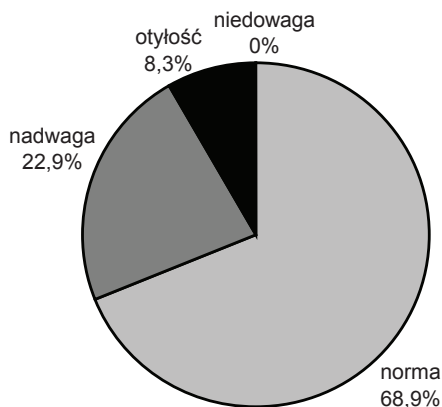
4. Czy zadowolenie z ciała wiąże się z zachowaniami unikowymi i specyficzną aktywnością internetową (spędzaniem dużej ilości czasu w Internecie, na portalu społecznościowym Facebook, aktywnością związaną ze zdjęciami)?
5. Czy akceptacja siebie jest mediatorem między zadowoleniem z ciała a zachowaniami unikowymi i specyficzną aktywnością internetową?

Próba badawcza

W badaniu wzięło udział 137 osób. Od 120 osób (62 kobiet, 58 mężczyzn) uzyskano pełne dane, które zostały poddane analizom. Badanie było przeprowadzone drogą tradycyjną oraz internetową, trwało od września do listopada 2014 roku. Rekrutację do badań przeprowadzono metodą *snow ball*. Grupę wyjściową stanowili studenci Uniwersytetu Śląskiego. Wiek osób badanych zamykał się w przedziale 17–31 lat (kobiety: $M = 23$, $Me = 23$, $SD = 3,9$; mężczyźni: $M = 25$, $Me = 25$, $SD = 4,2$). Struktura grupy badanej ze względu na interpretację wskaźnika BMI³⁸ przedstawiona jest na rys. 1 i 2. Ze względu na wielkość próby oraz duże różnice wieku między osobami badanymi zachowano szczególną ostrożność w interpretacji wyników w zakresie uogólniania ich na populację Polaków.



Rys. 1. Struktura grupy badanych kobiet ze względu na BMI



Rys. 2. Struktura grupy badanych mężczyzn ze względu na BMI

Narzędzia badawcze

W badaniu zastosowano narzędzia do badania: aktywności internetowej, wartości, internalizacji norm społecznych dotyczących wyglądu, uprzed-

³⁸ WHO: *Global Database on BMI*. http://apps.who.int/bmi/index.jsp?introPage=intro_3.html [17.11.2014].

miotowania siebie, porównywania wyglądu, zachowań unikowych związanych z wyglądem oraz zadowolenia z ciała i akceptacji ciała. Ze względu na brak dostępnych polskich adaptacji narzędzi do badania wymienionych zmiennych utworzono narzędzia wzorowane na oryginalnych lub tłumaczone z języka angielskiego przez tłumacza oraz sędziów kompetentnych (psychologów)³⁹.

Do pomiaru aktywności na portalu społecznościowym Facebook użyto kwestionariusza utworzonego na wzór Facebook Questionnaire⁴⁰. Rzetelność skali mierzona współczynnikiem α Cronbacha wyniosła 0,86. Osoby na pięciostopniowej skali zaznaczały, jak często podejmują określone aktywności podczas korzystania z Facebooka. Oprócz całkowitego wskaźnika aktywności badanej grupy na portalu społecznościowym (kobiety: $M = 58$, $SD = 10,6$; mężczyźni: $M = 54,9$, $SD = 12,1$) obliczono także wskaźnik aktywności badanych związanej ze zdjęciami (kobiety: $M = 18,7$, $SD = 4,4$; mężczyźni: $M = 16,4$, $SD = 4,2$).

Aby dokonać pomiaru wartości, zbudowano krótką skalę, opartą na teorii celów wewnętrznych i zewnętrznych Kassera i Ryana. Respondenci byli proszeni o odpowiedź na pytanie, jak ważna jest dla nich realizacja w życiu wybranych celów. Utworzono wskaźnik celów zewnętrznych, będący sumą punktów uzyskanych w skalach wizerunek, pieniądze, sława (kobiety: $M = 15,0$, $SD = 4,2$; mężczyźni: $M = 14,6$, $SD = 4,0$).

Do pomiaru internalizacji norm społecznych dotyczących wyglądu zbudowano krótką skalę wzorowaną na skali SIAQ-A⁴¹. Utworzono osobne wersje dla kobiet i mężczyzn; wersje te różniły się jedynie formą zdań (formy żeńskie lub męskie). Badani odnosili się do zdań na pięciopunktowej skali. Wskaźnikiem poziomu internalizacji była suma uzyskanych punktów – im wyższy wynik, tym wyższy poziom internalizacji (kobiety: $M = 10,8$, $SD = 2,8$; mężczyźni: $M = 9,5$, $SD = 3,1$). Rzetelność skali w badaniu: α Cronbacha = 0,84 (kobiety: $\alpha = 0,81$; mężczyźni: $\alpha = 0,87$).

Do pomiaru uprzedmiotowienia siebie zastosowano tłumaczenie własne skali S-OQ⁴². Osoby badane były proszone o uszeregowanie, w jakim stopniu używają wybranych pojęć do opisanie siebie. Wskaźnikiem uprzedmiotowienia siebie była różnica między sumą punktów dla pojęć odnoszących się do kompetencji (koordynacja, zdrowie, siła, poziom energii, kondycja fizyczna) oraz sumą punktów dla pojęć odnoszących

³⁹ Szczegółowe informacje dotyczące procedury tłumaczenia oraz innych aspektów użytych w badaniu narzędzi dostępne są u autorki.

⁴⁰ E. Meier, J. Gray: *Facebook Photo Activity...*

⁴¹ H. Keery et al.: *The Sociocultural Internalization of Appearance Questionnaire - Adolescents (SIAQ-A)...*

⁴² B. Fredrickson et al.: *That Swimsuit Becomes You...*

się do wyglądu (waga, seksowność, atrakcyjność fizyczna, wyrzeźbione mięśnie, wymiary). Im wyższy wynik, tym wyższy poziom uprzedmiotowienia siebie (kobiety: $M = -5,2$; $SD = 12,0$; mężczyźni: $M = -13,8$; $SD = 10,0$).

Dla pomiaru stopnia porównywania swojego wyglądu do wyglądu innych osób zbudowano krótką skalę wzorowaną na skali PACS-R⁴³. Badanych pytano o to, jak często (od 1 - „nigdy” - do 5 - „zawsze”) porównują swój wygląd do wyglądu innych osób w różnych sytuacjach. Wskaźnikiem porównywania wyglądu była suma uzyskanych punktów - im wyższy wynik, tym wyższy stopień porównywania wyglądu (kobiety: $M = 23,5$, $SD = 7,5$; mężczyźni: $M = 16,8$, $SD = 6,2$). Rzetelność skali (α Cronbacha) wyniosła 0,93.

Do pomiaru zachowań unikowych związanych z wyglądem utworzono skalę behawioralną, wzorowaną na kwestionariuszu BIAQ⁴⁴. Badani byli proszeni o wybranie odpowiedzi, która najbardziej odpowiada ich zachowaniom. Wskaźnikiem każdego z poszczególnych zachowań związanych z wyglądem (zakładanie maskujących strojów, unikanie spotkań towarzyskich, unikanie bliskości fizycznej, ograniczanie jedzenia) była odpowiedź na odpowiednie pytanie w skali.

Do zbadania poziomu zadowolenia z ciała wykorzystano tzw. *feeling thermometer*, w którym osoba badana miała za zadanie zaznaczyć na linii poziomej punkt (po lewej stronie linii - „wcale”, po prawej stronie linii - „bardzo”), określający, jak zadowolona jest ze swojego ciała. Średnie wyniki w badanej grupie wyniosły u kobiet $M = 4,2$, $SD = 1,6$, natomiast u mężczyzn $M = 4,7$, $SD = 1,4$. Aby uzyskać dodatkową ocenę obrazu swojego ciała, wykorzystano Figure Rating Scale⁴⁵, obrazkowy test zawierający 9 sylwetek (kobiecych - dla kobiet i męskich - dla mężczyzn), zróżnicowanych pod względem masy ciała, uporządkowanych od bardzo szczupłej (1) do otyłej (9). Badane osoby miały za zadanie wskazać - ich zdaniem - swoją aktualną sylwetkę oraz sylwetkę, jaką chciałyby mieć. Na podstawie otrzymanych wyników określono stopień rozbieżności pomiędzy Ja realnym i Ja idealnym badanych (kobiety: $M = 1,3$, $SD = 1,3$; mężczyźni: $M = 1,2$, $SD = 1,3$).

Do pomiaru akceptacji ciała zastosowano tłumaczenie skali Body Appreciation Scale⁴⁶. Osoby badane były proszone o wskazanie stopnia,

⁴³ L. Schaefer: *The Development and Validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R)*...

⁴⁴ J. Rosen et al.: *Development of a Body Image Avoidance Questionnaire*...

⁴⁵ A. Brytek-Matera: *Postawy wobec ciała a obraz samych siebie u kobiet z zaburzeniami odżywiania się. Badania na gruncie teorii rozbieżności Ja - Edwarda Tory Higginsa*. „Psychiatria Polska” 2011, nr 5(15).

⁴⁶ L. Avalos, T. Tylka, N. Wood-Barcalow: *The Body Appreciation Scale*...

w jakim zgadzają się z twierdzeniami (od 1 – „zdecydowanie nie” – do 5 – „zdecydowanie tak”). Wskaźnikiem akceptacji ciała była suma uzyskanych punktów – im wyższy wskaźnik, tym wyższy poziom akceptacji swojego ciała (kobiety: $M = 44,2$, $SD = 11,6$; mężczyźni: $M = 48,0$, $SD = 8,8$). Rzetelność skali (α Cronbacha) w badaniu wyniosła 0,92.

Wyniki badań⁴⁷

Wartości zewnętrzne, internalizacja norm społecznych dotyczących wyglądu, uprzedmiotowienie siebie oraz tendencja do porównywania się a zadowolenie z ciała

Aby uzyskać odpowiedzi na pytania badawcze, przeprowadzono analizę korelacji – osobno w grupach kobiet i mężczyzn (zob. tabela 1 i 2).

Tabela 1

Wyniki analizy korelacji w grupie kobiet – wartości zewnętrzne, internalizacja norm społecznych dotyczących wyglądu, uprzedmiotowienie siebie i porównywanie się a zadowolenie z ciała i akceptacja ciała ($N = 62$)

	Zadowolenie z ciała	Rozbieżność Ja realne – Ja idealne	Akceptacja	Wartości zewnętrzne	Internalizacja	Uprzedmiotowienie	Porównywanie się
Zadowolenie z ciała	-	-0,55**	0,79**	-0,25	-0,38**	-0,27*	-0,54**
Rozbieżność Ja realne – Ja idealne	-0,55**	-	-0,61**	0,26*	0,32*	0,31*	0,44**
Akceptacja	0,79**	-0,61**	-	-0,30*	-0,43**	-0,54**	-0,65**
Wartości zewnętrzne	-0,25*	0,26*	-0,30*	-	0,36**	0,44**	0,34**
Internalizacja	-0,38*	0,32*	-0,43**	0,36**	-	0,49**	0,43**
Uprzedmiotowienie	-0,27*	0,31*	-0,54**	0,44**	0,49**	-	0,61**
Porównywanie się	-0,54**	0,44**	-0,65**	0,34**	0,43**	0,61**	-

* korelacja jest istotna na poziomie 0,05.

** korelacja jest istotna na poziomie 0,01.

Analiza korelacji wykazała, że zadowolenie z ciała jest niższe, a rozbieżność między Ja realnym i Ja idealnym wyższa wśród kobiet i męż-

⁴⁷ Analizę danych przeprowadzono z wykorzystaniem programu IBM SPSS 21.

Tabela 2

Wyniki analizy korelacji w grupie mężczyzn – wartości zewnętrzne, internalizacja norm społecznych dotyczących wyglądu, uprzedmiotowienie siebie i porównywanie się a zadowolenie z ciała i akceptacja ciała (N = 58)

	Zadowolenie z ciała	Rozbieżność Ja realne – Ja idealne	Akceptacja ciała	Wartości zewnętrzne	Internalizacja	Uprzedmiotowienie	Porównywanie się
Zadowolenie z ciała	-	-0,57**	0,72**	-0,35*	-0,39**	-0,27	0,06
Rozbieżność Ja realne – Ja idealne	-0,57**	-	-0,59**	0,11	0,36*	0,20	0,13
Akceptacja ciała	0,72**	-0,59**	-	-0,27	-0,15	-0,16	-0,01
Wartości zewnętrzne	-0,35*	0,11	-0,27	-	0,40**	0,40**	0,16
Internalizacja	-0,39**	0,35*	-0,16	0,40**	-	0,55**	0,38**
Uprzedmiotowienie	-0,27	0,21	-0,16	0,40**	0,55**	-	0,14
Porównywanie się	0,06	0,13	-0,01	0,16	0,38**	0,14	-

* korelacja jest istotna na poziomie 0,05.

** korelacja jest istotna na poziomie 0,01.

czyn, którzy dużą wartość przypisują celom zewnętrznym oraz wykazują się wysoką internalizacją norm społecznych dotyczących wyglądu. Uprzedmiotowienie własnego ciała oraz porównywanie się jest związane z niższym poziomem zadowolenia z ciała i wyższym stopniem rozbieżności między Ja realnym i Ja idealnym w grupie kobiet. W grupie mężczyzn uprzedmiotowienie wiąże się na poziomie tendencji z niezadowoleniem z ciała oraz rozbieżnością między Ja realnym i Ja idealnym, natomiast porównywanie się nie ma związku z obrazem ciała, choć wiąże się z internalizacją norm społecznych dotyczących wyglądu.

Akceptacja ciała jako mediator relacji między predyktorami a zadowoleniem z ciała

W celu udzielenia odpowiedzi na pytania o pośredniczącą rolę akceptacji ciała w relacji między wartościami zewnętrznymi, internalizacją norm społecznych dotyczących wyglądu, uprzedmiotowieniem ciała, porównywaniem siebie do innych a zadowoleniem z ciała przeprowadzono serię analiz mediacji. Wzorowano się na podejściu zaproponowanym przez

Reubena Barona i Davida Kenny'ego⁴⁸ (wyniki analiz przedstawiono w tabelach 3 i 4).

Tabela 3

Wyniki analizy w grupie kobiet –
akceptacja jako mediator relacji między predyktorami
a zadowoleniem z ciała ($N = 62$)

Predyktor	Krok 1: predyktor – zmienna zależna		Krok 2: predyktor – mediator		Krok 3			Krok 4: test Goodmana	
	beta	F	beta	F	predyktor – zmienna zależna	F	mediator – akceptacja ciała	Z	p
					beta		beta		
Wartości zewnątrzne	0,25*	3,83*	-0,30*	5,4*	-0,03	46,7**	0,80**	-2,28	0,02
Internalizacja	-0,38*	10,0*	-0,43*	12,8*	-0,04	46,7**	0,77**	-3,32	0,00
Uprzedmiotowanie	-0,27*	4,9*	-0,54**	23,1**	0,27*	58,1**	0,93**	-4,78	0,00
Porównywanie się	-0,54**	24,9**	-0,65**	42,0**	0,00	46,5**	0,79**	-4,92	0,00

Objaśnienia: beta – współczynnik standaryzowany beta; F – statystyka F; p – poziom istotności; Z – statystyka Z

* wynik jest istotny na poziomie 0,05.

** wynik jest istotny na poziomie 0,01.

Tabela 4

Wyniki analizy w grupie mężczyzn –
akceptacja jako mediator relacji między predyktorami
a zadowoleniem z ciała ($N = 58$)

Predyktor	Krok 1: predyktor – zmienna zależna		Krok 2: predyktor – mediator		Krok 3			Krok 4: test Goodmana	
	beta	F	beta	F	predyktor – zmienna zależna	F	mediator – akceptacja ciała	Z	p
					beta		beta		
Wartości zewnątrzne	-0,35*	6,3*	-0,27*	3,5*	-0,17	26,6**	0,67**	-1,81	0,07
Internalizacja	-0,39*	8,1*	n.i.	n.i.	–	–	–	–	–

Objaśnienia: beta – współczynnik standaryzowany beta; F – statystyka F; n.i. – wynik nieistotny statystycznie;

p – poziom istotności; Z – statystyka Z

* wynik jest istotny na poziomie 0,05.

** wynik jest istotny na poziomie 0,01.

⁴⁸ R.M. Baron, D.A. Kenny: *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations*. „Journal of Personality and Social Psychology” 1986, no. 74(4).

W wykonanych dodatkowo analizach mediacji dla zmiennej „rozbieżność między Ja realnym a Ja idealnym” akceptacja ciała stanowiła istotny mediator w zależności z wartościami zewnętrznymi, internalizacją norm społecznych dotyczących wyglądu, uprzedmiotowieniem ciała oraz porównywaniem się w grupie kobiet. Akceptacja mediowała także relację między rozbieżnością Ja realne – Ja idealne a internalizacją w grupie mężczyzn, lecz jedynie na poziomie tendencji statystycznej.

Zachowania unikowe oraz aktywność internetowa a zadowolenie z ciała i jego akceptacja

Analiza korelacji wykazała, że zadowolenie z ciała i jego akceptacja są niższe u kobiet, które częściej zakładają maskujące ubrania, unikają spotkań towarzyskich, bliskości fizycznej i ograniczają jedzenie. Zadowolenie z ciała nie wiąże się w grupie kobiet z aktywnością internetową oraz aktywnością na Facebooku, natomiast rozbieżność między Ja realnym a Ja idealnym oraz akceptacja ciała są związane (w przypadku niskiej akceptacji ciała) z ilością czasu spędzonego na aktywności internetowej oraz na Facebooku.

Tabela 5

Wyniki analizy korelacji między zachowaniami unikowymi związanymi z wyglądem a zadowoleniem z ciała i jego akceptacją (N = 120)

Zachowania unikowe związane z wyglądem	Zadowolenie z ciała		Rozbieżność Ja realne – Ja idealne		Akceptacja ciała	
	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
Zakładanie maskujących ubrań	-0,66**	-0,26	0,65*	0,33*	-0,63**	-0,33*
Unikanie spotkań towarzyskich	-0,46**	-0,40**	0,62**	0,24	-0,59**	-0,50**
Ograniczanie jedzenia	-0,33**	-0,21	0,22	0,23	-0,43**	-0,16
Unikanie bliskości fizycznej	-0,32*	0,25	0,31*	-0,20	-0,30*	0,22
Czas spędzony w internecie	-0,22	-2,10	0,31*	0,30*	-0,48**	-0,09
Czas spędzony na Facebooku	-0,19	0,02	0,18	0,28	-0,30*	-0,17
Całkowita aktywność na Facebooku	0,08	0,04	0,07	0,02	0,04	-0,15
Aktywność na Facebooku związana ze zdjęciami	0,17	0,10	-0,03	-0,14	0,13	-0,08

* wynik jest istotny na poziomie 0,05.

** wynik jest istotny na poziomie 0,01.

W grupie mężczyzn zadowolenie z ciała jest związane z rzadszym unikaniem spotkań towarzyskich, rozbieżność między Ja realnym i Ja idealnym jest związana z zakładaniem maskujących ubrań oraz czasem spędzonym na aktywności internetowej, a niska akceptacja ciała wiąże się z zakładaniem maskujących ubrań oraz unikaniem spotkań towarzyskich.

Akceptacja ciała jako mediator między zadowoleniem z ciała a zachowaniami unikowymi i aktywnością internetową

Przeprowadzona analiza mediacji wskazuje, że w grupie kobiet akceptacja ciała jest istotnym mediatorem między zadowoleniem z ciała a zakładaniem maskujących ubrań, unikaniem spotkań towarzyskich oraz ograniczaniem jedzenia, natomiast nie stanowi istotnego mediatora w relacji między zadowoleniem z ciała a unikaniem bliskości.

W grupie mężczyzn biorących udział w badaniu akceptacja stanowiła istotny mediator relacji między zadowoleniem z ciała a unikaniem spotkań towarzyskich.

Tabela 6

Wyniki analizy w grupie kobiet – akceptacja jako mediator relacji między predyktorami a zadowoleniem z ciała ($N = 62$)

Predyktor	Krok 1: predyktor – zmienna zależna		Krok 2 predyktor – mediator		Krok 3			Krok 4: test Goodmana	
	beta	F	beta	F	predyktor – zmienna zależna	F	mediator – akceptacja ciała	Z	p
					beta		beta		
Zakładanie maskujących ubrań	-0,66**	46,5**	0,79**	94,7**	-0,38*	22,7**	-0,33*	-1,97	0,05
Unikanie spotkań towarzyskich	-0,46**	16,1**	0,79**	94,7**	0,14	15,1**	-0,70**	-3,66	0,00
Ograniczanie jedzenia	-0,33*	7,5*	0,79**	94,7**	-0,01	6,2*	-0,41*	-2,08	0,04
Unikanie bliskości	-0,32*	6,9*	0,79**	94,7**	n.i.	n.i.	n.i.	-	-

Objaśnienia: beta – współczynnik standaryzowany beta; F – statystyka F; n.i. – wynik nieistotny statystycznie; p – poziom istotności; Z – statystyka Z

* wynik jest istotny na poziomie 0,05.

** wynik jest istotny na poziomie 0,01.

Tabela 7

Wyniki analizy w grupie mężczyzn –
akceptacja jako mediator relacji między predyktorami
a zadowoleniem z ciała ($N = 58$)

Predyktor	Krok 1: predyktor – zmienna zależna		Krok 2 predyktor – mediator		Krok 3			Krok 4: test Goodmana	
	beta	F	beta	F	predyktor – zmienna zależna	F	mediator – akceptacja ciała	Z	p
					beta		beta		
Unikanie spotkań towarzyskich	-0,40*	9,0*	0,72**	48,8*	-0,09	7,8**	-0,44**	-2,26	0,02

Objaśnienia: beta – współczynnik standaryzowany beta; F – statystyka F; p – poziom istotności; Z – statystyka Z

* wynik jest istotny na poziomie 0,05;

** wynik jest istotny na poziomie 0,01.

W wykonanych dodatkowo analizach mediacji dla zmiennej „rozbieżność między Ja realnym a Ja idealnym” akceptacja ciała stanowiła istotny mediator w zależności między zakładaniem maskujących ubrań oraz unikaniem spotkań towarzyskich w grupie kobiet. Akceptacja mediowała także relację między rozbieżnością Ja realne – Ja idealne a czasem spędzonym w Internecie, lecz jedynie w grupie kobiet.

Dyskusja wyników

Wpływy kultury wizualnej a zadowolenie z ciała

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że zadowolenie z ciała zarówno wśród kobiet, jak i wśród mężczyzn jest silnie powiązane z czynnikami kulturowymi. Analiza uzyskanych wyników wskazuje, że istnieje silny związek między zadowoleniem z ciała a preferowaniem wartości zewnętrznych (*image, money, fame*) oraz internalizacją norm społecznych dotyczących wyglądu – im silniej jednostka jest „zatopiona” w kulturze, tym mocniej przeżywa fakt, iż nie spełnia standardów obowiązującego w niej ideału. Zgodne z wynikami badań przywoływanymi w literaturze są wyniki niniejszych badań ukazujące silniejszy związek uprzedmiotowienia ciała oraz porównywania się z innymi z zadowoleniem z ciała u kobiet. Brak związku między zadowoleniem z ciała a porównywaniem się z innymi w grupie mężczyzn może być rozumiany w kontekście grupy odniesienia – badania pokazują, że mężczyźni częściej porównują się do osób podobnych do siebie, swoich rówieśników, natomiast kobiety porównują się do kobiet, które uznają za lepsze od

siebie⁴⁹. Taki mechanizm może u kobiet wzmacniać presję posiadania sylwetki zbliżonej do ideału i potęgować niezadowolenie.

Zachowania unikowe oraz aktywność internetowa a zadowolenie z ciała

Wyniki badania pokazują – co potwierdza doniesienia z literatury – że repertuar zachowań unikowych związanych z wyglądem jest szerszy w grupie kobiet niż w grupie mężczyzn. Niezadowoleni z ciała mężczyźni częściej niż zadowoleni zakładają maskujące ubrania oraz unikają spotkań towarzyskich, na których ich wygląd mógłby zostać oceniony, natomiast mężczyźni – w przeciwieństwie do kobiet – nie stosują metod ograniczania jedzenia (to wśród kobiet jest większy odsetek osób cierpiących na zaburzenia odżywiania⁵⁰) ani nie unikają bliskości fizycznej, a więc można przypuszczać, że postawa mężczyzn wobec własnego ciała nie wpływa w tak negatywny sposób na ich intymne relacje, jak to ma miejsce w przypadku kobiet⁵¹. W badaniu nie udało się zreplikować wyników dotyczących związków między aktywnością na Facebooku a wzmożonym niezadowoleniem z ciała. Wśród osób badanych jedynie dłuższy całkowity czas spędzony w Internecie wiąże się z niezadowoleniem z ciała. Wskazuje to, że Internet może być traktowany jako anonimowe miejsce ucieczki od własnych problemów z ciałem. Może być i tak, że aktywność Polaków na Facebooku jest związana z innymi czynnikami niż te w badanych dotąd grupach. Zagadnienie to wymaga jednak dalszych badań.

Akceptacja ciała jako mechanizm obrony przed wpływami kultury

Badanie wykazało, że w grupie kobiet akceptacja własnego ciała stanowi istotny mediator wszystkich badanych zmiennych związanych z potencjalnym wpływem kultury. Oznacza to, że wśród kobiet to akceptacja własnego ciała – a nie wpływy kultury – stanowi silne podłoże zadowolenia z ciała oraz zachowań unikowych związanych z wyglądem. W grupie badanych mężczyzn akceptacja ciała nie odgrywa tak dużej roli. Wyniki wskazują zatem na ważną rolę, jaką może pełnić wspieranie i nauka ak-

⁴⁹ T. Leahey, J. Crowther, K. Mickelson: *The Frequency, Nature, and Effects of Naturally Occurring Appearance-Focused Social Comparisons*. „Behavior Therapy” 2007, no. 38(2); L. Schaefer: *The Development and Validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R)*...

⁵⁰ A. Pearson, M. Heffner, V. Folette: *Acceptance and Commitment Therapy for Body Image Dissatisfaction*. Oakland: New Harbinger, 2010.

⁵¹ C. La Rocque, J. Cioe: *An Evaluation of the Relationship between Body Image and Sexual Avoidance*. „Journal of Sex Research” 2001, no. 48(4).

ceptacji własnego ciała w grupie kobiet. I nie chodzi tu jedynie o zmianę rozbieżności między Ja realnym i Ja idealnym, ale też o zmianę w podejściu do swojego ciała; rozwijanie szacunku do własnego ciała i delikatności wobec niego może polepszyć jakość życia kobiet. W świetle wyników badania należy zwrócić szczególną uwagę na konieczność tworzenia programów profilaktycznych wspierających rozwijanie akceptacji własnego ciała. Liczne badania zagraniczne opisują wysoką skuteczność Terapii Akceptacji i Zaangażowania, nawet wtedy, gdy interwencje dotyczące ciała są krótkie⁵². Podobne praktyki warto wprowadzać także w warunkach polskich – to najważniejszy wniosek z przeprowadzonych badań.

Podsumowanie

Oto wnioski z eksploracji przeprowadzonej w badanej próbie:

1. Zadowolenie z ciała – zarówno wśród kobiet, jak i wśród mężczyzn – jest silnie powiązane z czynnikami kulturowymi.
2. Repertuar zachowań unikowych związanych z wyglądem jest szerszy w grupie kobiet niż w grupie mężczyzn, co sugeruje, że kobiety są grupą narażoną na silniejsze negatywne skutki oddziaływań kulturowych, takie jak trudności w relacjach intymnych oraz zaburzenia odżywiania.
3. Brak jest związków między aktywnością na Facebooku a wzmożonym niezadowoleniem z ciała.
4. W grupie kobiet akceptacja własnego ciała stanowi istotny mediator wszystkich badanych zmiennych związanych z potencjalnym wpływem kultury. Wskazuje to, że programy profilaktyczne i terapeutyczne ukierunkowane na wspieranie i naukę akceptacji własnego ciała mogą pełnić istotną rolę w polepszaniu jakości życia, szczególnie jakości życia kobiet.

Bibliografia

- Ata R., Ludden A., Lally M.: *The Effects of Gender and Family, Friend, and Media Influences on Eating Behaviors and Body Image During Adolescence*. „Journal of Youth & Adolescence” 2007, no. 56.
- Avalos L., Tylka T., Wood-Barcalow N.: *The Body Appreciation Scale: Development and Psychometric Evaluation*. „Body Image” 2005, no. 2(3).

⁵² A. Pearson, M. Heffner, V. Folette: *Acceptance and Commitment Therapy for Body Image Dissatisfaction...*

- Baron R.K., Kenny D.A.: *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations*. „Journal of Personality and Social Psychology” 1986, no. 74(4).
- Brytek-Matera A.: *Obraz ciała – obraz siebie*. Warszawa: Difin, 2008.
- Brytek-Matera A.: *Postawy wobec ciała a obraz samych siebie u kobiet z zaburzeniami odżywiania się. Badania na gruncie teorii rozbieżności Ja – Edwarda Tory Higginsa*. „Psychiatria Polska” 2011, nr 5(15).
- Brytek-Matera A., Rybicka-Klimczyk A.: *Wizerunek ciała w anoreksji i bulimii psychicznej*. Warszawa: Difin, 2009.
- Cafri G. et al.: *The Influence of Sociocultural Factors on Body Image: A Meta-Analysis*. „Clinical Psychology: Science and Practice” 2005, no. 12.
- Centrum Badania Opinii Społecznej: *Stosunek do własnego ciała – ideał pięknej kobiety i przystojnego mężczyzny*. Komunikat z badań. Warszawa, październik 2003. BS/152/2003. www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K_152_03.PDF [dostęp: 7.12.2015].
- Dzwonkowska I.: *Współczucie wobec samego siebie a inne wymiary osobowości oraz emocjonalne funkcjonowanie ludzi*. „Czasopismo Psychologiczne” 2013, nr 19(2).
- Festinger L.: *A Theory of Social Comparison Processes*. „Human Relations” 1954, no. 7.
- Fredrickson B., Roberts T.: *Objectification Theory*. „Psychology of Women Quarterly” 1997, no. 21.
- Fredrickson B. et al.: *That Swimsuit Becomes You: Sex Differences in Self-Objectification, Restrained Eating, and Math Performance*. „Journal of Personality and Social Psychology” 1998, no. 75(1).
- Głębocka A.: *Niezadowolenie z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, 2009.
- Grabe S., Ward L., Hyde J.: *The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies*. „Psychological Bulletin” 2008, no. 124.
- Hargreaves D., Tiggeman M.: *Idealized Media Images and Adolescent Body Image: „Comparing” Boys and Girls*. „Body Image” 2004, no. 1.
- Harrison K., Fredrickson B.: *Women’s Sports Media, Self-Objectification, and Mental Health in Black and White Adolescent Females*. „Journal of Communication” 2003, no. 53.
- Hayes S., Strosahl K., Wilson K.: *Terapia Akceptacji i Zaangażowania. Proces i praktyka ważnej zmiany*. Przeł. M. Kapera. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2013.
- Homan K., Tylka T.: *Appearance-Based Exercise Motivation Moderates the Relationship Between Exercise Frequency and Positive Body Image*. „Body Image” 2014, no. 11.
- Iannantuono A., Tylka T.: *Interpersonal and Intrapersonal Links to Body Appreciation in College Women: An Exploratory Model*. „Body Image” 2012, no. 9.

- Karolczak A., Kulbat J., Głębocka A.: *Zadowolenie z własnego ciała a treść przekonań o sobie*. „Psychologia Jakości Życia” 2002, nr 1(2).
- Kasser T.: *Materialism and its Alternatives*. W: *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu. Psychologiczne ścieżki współzależności*. Red. A.M. Zawadzka, M. Górnik-Durose. Sopot: GWP, 2010.
- Kasser T., Ryan R.: *A Dark Side of the American Dream: Correlates of Financial Success as a Central Life Aspiration*. „Journal of Personality and Social Psychology” 1993, no. 65.
- Keery H. et al.: *The Sociocultural Internalization of Appearance Questionnaire – Adolescents (SIAQ-A): Psychometric Analysis and Normative Data for Three Countries*. „Eating and Weight Disorders” 2004, no. 1(9).
- La Rocque C., Cioe C.: *An Evaluation of the Relationship between Body Image and Sexual Avoidance*. „Journal of Sex Research” 2001, no. 48(4).
- Leahey T., Crowther J., Mickelson K.: *The Frequency, Nature, and Effects of Naturally Occurring Appearance-Focused Social Comparisons*. „Behavior Therapy” 2007, no. 38(2).
- Meier E., Gray J.: *Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls*. „Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking” 2013, no. 10(10).
- Mirzoeff N.: *What is Visual Culture?* In: *Idem: The Visual Culture Reader*. London: Routledge, 1998.
- Mróz B.: *Dyskretny urok konsumpcjonizmu. Szkic do portretu konsumenta XXI wieku*. W: *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu. Psychologiczne ścieżki współzależności*. Red. A. Zawadzka, M. Górnik-Durose. Sopot: GWP, 2010.
- Myers T., Crowther J.H.: *Social Comparison as a Predictor of Body Dissatisfaction: A Meta-Analytic Review*. „Journal of Abnormal Psychology” 2009, no. 118(4).
- Pearson A., Heffner M., Folette V.: *Acceptance and Commitment Therapy for Body Image Dissatisfaction*. Oakland: New Harbinger, 2010.
- Rosen J. et al.: *Development of a Body Image Avoidance Questionnaire*. „A Journal of Consulting and Clinical Psychology” 1991, no. 3(1).
- Schaefer L.: *The Development and Validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R)*. <http://scholarcommons.usf.edu/etd/4575> [15.11.2014].
- Schmuck P., Kasser T., Ryan R.: *Intrinsic and Extrinsic Goals: Their Structure and Relationship to Well-being in German and U.S. College Students*. „Social Indicators Research” 2000, no. 50.
- Tiggemann M., Miller J.: *The Internet and Adolescent Girls' Weight Satisfaction and Drive for Thinness*. „Sex Roles” 2010, no. 63.
- Wasyłkiw L., MacKinnon A., MacLellan A.: *Exploring the Link Between Self-Compassion and Body Image in University Women*. „Body Image” 2009, no. 9.

WHO: *Global Database on Body Mass Index*. http://apps.who.int/bmi/index.jsp?introPage=intro_3.html [17.11.2014].

Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu. Psychologiczne ścieżki współzależności. Red. A. Zawadzka, M. Górnik-Durose. Sopot: GWP, 2010.

Magdalena Hyla

The Selected Aspects of Visual Culture, the Image and Acceptance of Body and Their Behavioral Implications

Summary: This paper is a report on research regarding relationship between visual culture and body image, and on important role of body acceptance. Mechanisms lowering the body satisfaction (internalisation of thin ideal, self-objectification, self-comparison, attachment to extrinsic goals), implications of negative body image (avoidance, internet activity) and the role of body acceptance are discussed. Reported study ($N = 120$) confirms that relationships between visual culture and body image are consistent with those reported in literature. Additionally, results indicate the importance of body acceptance in improving resistance to negative cultural influences (e.g. unrealistic beauty ideals). In the discussion section potential implications for prophylaxis programs are discussed.

Key words: body image, body satisfaction, body acceptance, consumerism, visual culture

Magdalena Hyla

Manche Aspekte der visuellen Kultur vs. Bild und Akzeptanz für Körper und deren Reaktionsfolgen

Zusammenfassung: Dieser Artikel ist eine Darstellung zwischen der Bildwissenschaft und Körperbildern auf Basis der Körperakzeptanz. Es werden die Einflüsse von Mechanismen, die die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper verringern (Schlankheitsideale, Selbstobjektivierung, Selbstvergleich und Drang ein Ziel zu erreichen), Auswirkungen eines negativen Körperbildes (Vermeidung und Internetnutzung) und die Rolle der Akzeptanz des eigenen Körpers diskutiert. Die Studie belegt (mit $N = 120$), dass die Beziehung zwischen der Bildwissenschaft und Körperbildern konsistent mit den Quellen dieses Artikels sind. Zusätzliche Ergebnisse induzieren die Wichtigkeit der Akzeptanz des eigenen Körpers, wenn negative kulturelle Einflüsse (wie unrealistische Schönheitsideale) nicht streng wahrgenommen werden. In der Diskussion werden letztendlich potenzielle Implikationen für prophylaktische Schritte vorgestellt.

Schlüsselwörter: Körperbild, Körperakzeptanz, Konsumismus, Bildwissenschaft