



Złożenie pracy online:
2025-07-15 23:32:09
Kod pracy:
25291/46627/CloudA

Agnieszka Zdunek
(nr albumu: 28187)

Praca magisterska

**Wpływ korzystania z instagrama na samoocenę i obraz ciała
u nastolatków w wieku 15 - 17 lat.**

**The impact of Instagram use on self-esteem and body image
among teenagers aged 15-17.**

Wydział: Wyższa Szkoła Biznesu - National-
Louis University

Kierunek: Psychologia

Specjalność: psychologia biznesu

Promotor: dr Ewelina Sobocha



Streszczenie

Niniejsza praca podejmuje problematykę wpływu mediów społecznościowych, a w szczególności platformy Instagram, na kształtowanie się obrazu ciała oraz samooceny wśród dziewcząt w wieku adolescencji, czyli 15–17 lat. Współczesna młodzież dorasta w dobie głębokiej cyfrowej transformacji, gdzie media społecznościowe odgrywają kluczową rolę w procesie budowania tożsamości, relacji interpersonalnych oraz własnej wartości. Instagram, jako aplikacja zorientowana na wizualny przekaz, estetykę oraz interakcję opartą na wizerunku, stwarza unikalne warunki do porównań społecznych oraz ekspozycji na wyidealizowane i silnie wyretuszowane obrazy. Takie środowisko może mieć znaczący wpływ na psychikę szczególnie wrażliwych grup, jakimi są nastolatki, będące w okresie intensywnych przemian biologicznych, emocjonalnych i społecznych. W pracy szczegółowo przedstawiono teoretyczne podstawy dotyczące obrazu ciała i samooceny, w tym ich strukturę, mechanizmy kształtowania oraz psychiczne funkcje. Omówiono także rozwój tych aspektów w okresie adolescencji oraz problematykę zaburzeń obrazu ciała, które mogą wynikać z nieracjonalnych standardów piękna promowanych w mediach. Kolejny rozdział poświęcony jest analizie funkcjonowania mediów społecznościowych z perspektywy psychologii komunikacji i interakcji społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem Instagrama jako platformy wizualnej i jego algorytmów wpływających na percepcję siebie. Zaprezentowano również psychospołeczne konsekwencje korzystania z tej platformy, w tym mechanizmy porównań społecznych oraz ich efekty na obraz ciała i samoocenę.

Słowa kluczowe

percepcja własnego ciała, samoocena adolescentek, funkcjonowanie psychospołeczne młodzieży, rozwój obrazu ciała w dobie cyfrowej, wpływ mediów społecznościowych

Abstract

This thesis addresses the issue of the influence of social media, particularly the Instagram platform, on the formation of body image and self-esteem among adolescent girls aged 15 to 17. Contemporary youth grow up in an era of profound digital transformation, where social media play a key role in the process of building identity, interpersonal relationships, and self-worth. Instagram, as an application focused on visual communication, aesthetics, and image-based interaction, creates unique conditions for social comparisons and exposure to idealized and heavily retouched images. Such an environment can significantly impact the psyche of especially vulnerable groups, such as teenagers undergoing intense biological, emotional, and social changes. The thesis thoroughly presents the theoretical foundations concerning body image and self-esteem, including their structure, formation mechanisms, and psychological functions. It also discusses the development of these aspects during adolescence and the issue of body image disorders that may arise from irrational beauty standards promoted in the media. The following chapter is devoted to analyzing the functioning of social media from the perspective of communication psychology and social interaction, with particular emphasis on Instagram as a visual platform and its algorithms influencing self-perception. Psychosocial consequences of using this platform are also presented, including mechanisms of social comparison and their effects on body image and self-esteem.

Keywords

body perception, adolescent self-esteem, psychosocial functioning of youth, body image development in the digital age, influence of social media



Spis treści

Wstęp	3
Rozdział 1. Obraz ciała i samoocena w ujęciu psychologicznym.....	5
1.1. Pojęcie obrazu ciała – komponenty, mechanizmy kształtowania i funkcje psychiczne ..	5
1.1.1. Definicja i istota obrazu ciała	6
1.1.2. Komponenty obrazu ciała	7
1.1.3. Mechanizmy kształtowania się obrazu ciała	9
1.1.4. Funkcje psychiczne obrazu ciała	10
1.2. Samoocena – struktura, typologie i psychologiczne uwarunkowania	12
1.2.1. Wprowadzenie do pojęcia samooceny	13
1.2.2. Struktura samooceny	14
1.2.3. Typologie samooceny	15
1.2.4. Psychologiczne uwarunkowania samooceny.....	17
1.2.5. Znaczenie samooceny dla zdrowia psychicznego i funkcjonowania.....	19
1.3. Rozwój obrazu ciała i samooceny w okresie adolescencji – ujęcie rozwojowe i społeczne.....	20
1.4. Zaburzenia obrazu ciała – klasyfikacje, przyczyny i konsekwencje psychologiczne ...	24
1.4.1. Klasyfikacje zaburzeń obrazu ciała.....	25
1.4.2. Przyczyny zaburzeń obrazu ciała.....	26
1.4.3. Przyczyny zaburzeń obrazu ciała	28
1.5. Przegląd wybranych badań dotyczących obrazu ciała i samooceny wśród młodzieży .	30
Rozdział 2. Media społecznościowe a psychospołeczne funkcjonowanie młodzieży	33
2.1. Media społecznościowe w perspektywie psychologii komunikacji i interakcji społecznych	33
2.1.1. Media społecznościowe jako środowisko komunikacyjne.....	33
2.1.2. Interakcje społeczne w środowisku cyfrowym.....	35
2.1.3. Media społecznościowe a tożsamość i samoocena	36
2.1.4. Przemiany relacji społecznych i psychologiczne konsekwencje korzystania z mediów społecznościowych	38
2.2. Instagram jako platforma wizualna – mechanizmy działania, estetyka, algorytmy i wpływ na percepcję siebie	39
2.3. Psychologiczne i społeczne skutki korzystania z Instagrama przez młodzież.....	44



2.4. Zjawisko porównań społecznych online – modele teoretyczne i konsekwencje dla obrazu ciała.....	47
2.5. Wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała i samoocenę – przegląd badań z udziałem nastolatków	51
Rozdział 3. Metodologia badań własnych	55
3.1. Cel i przedmiot badań	55
3.2. Problemy i hipotezy badawcze	56
3.3. Metoda, techniki i narzędzia badawcze	57
3.4. Charakterystyka próby badawczej	59
Rozdział 4. Prezentacja i analiza rezultatów badań	61
4.1. Analiza zebranych danych	61
4.2 Weryfikacja hipotez badawczych	77
Rozdział 5. Podsumowanie i dyskusja wyników	97
5.1 Podsumowanie i dyskusja wyników	97
5.2 Ograniczenia badań.....	110
5.3 Wnioski i implikacje dla praktyki psychologicznej.....	113
Zakończenie	115
Bibliografia	117
Spis tabel.....	125
Spis wykresów	126



Wstęp

Współczesna młodzież dorasta w warunkach głębokiej cyfrowej transformacji, w której media społecznościowe odgrywają centralną rolę w procesie kształtowania tożsamości, samooceny oraz relacji interpersonalnych. Jedną z najbardziej wpływowych platform tego ekosystemu jest Instagram – aplikacja skoncentrowana na wizualnym przekazie, estetyce i interakcji opartej na wizerunku. W odróżnieniu od tradycyjnych form komunikacji, Instagram oferuje przestrzeń do nieustannego porównywania się z innymi, często poprzez pryzmat silnie wyretuszowanych i wystylizowanych obrazów. Tego rodzaju przekaz, choć pozornie neutralny, może mieć istotny wpływ na psychikę użytkowników – szczególnie wrażliwych grup, takich jak dziewczęta w okresie adolescencji.

Adolescencja, definiowana jako okres intensywnych przemian biologicznych, emocjonalnych i społecznych, to czas wyjątkowo podatny na wpływy zewnętrzne, w tym także medialne. Kształtujący się w tym czasie obraz ciała oraz poziom samooceny stanowią fundament późniejszego dobrostanu psychicznego i są silnie związane z poczuciem tożsamości. Nierealistyczne standardy piękna, promowane w mediach społecznościowych, mogą prowadzić do porównań społecznych, frustracji, niezadowolenia z własnego wyglądu, a w skrajnych przypadkach – do zaburzeń odżywiania i depresji. Równocześnie jednak media te mogą pełnić funkcję wsparcia, inspirować do samoakceptacji i służyć jako narzędzie ekspresji tożsamościowej, jeśli użytkownik potrafi korzystać z nich w sposób świadomy i selektywny.

W niniejszej pracy podjęto próbę zbadania, czy i w jaki sposób korzystanie z Instagrama wpływa na samoocenę i postrzeganie własnego ciała w grupie nastolatków w wieku 15–17 lat. Badanie oparto na założeniu, że częsta ekspozycja na idealizowane wizerunki oraz interakcje oparte na walidacji społecznej mogą prowadzić do spadku samooceny i zaburzeń obrazu ciała. Jednocześnie uwzględniono czynniki modyfikujące te zależności, takie jak świadomość medialna, strategie radzenia sobie oraz styl korzystania z platformy.

Struktura pracy obejmuje pięć zasadniczych rozdziałów, które systematycznie prowadzą czytelnika od teoretycznych podstaw do analizy wyników badań własnych oraz wniosków praktycznych. Rozdział pierwszy przedstawia teoretyczne podstawy dotyczące obrazu ciała i samooceny, ich komponentów, mechanizmów kształtowania oraz funkcji psychicznych. Omówiono tu definicję i istotę obrazu ciała, jego komponenty oraz mechanizmy kształtowania, a także funkcje psychiczne, które pełni w życiu człowieka. Kolejno rozpatrzono strukturę i typologie samooceny oraz psychologiczne uwarunkowania tego zjawiska, ze



szczególnym uwzględnieniem rozwoju tych aspektów w okresie adolescencji. W rozdziale tym poruszono także temat zaburzeń obrazu ciała – ich klasyfikacje, przyczyny i konsekwencje psychologiczne, a także zaprezentowano przegląd wybranych badań dotyczących obrazu ciała i samooceny wśród młodzieży.

Rozdział drugi koncentruje się na roli mediów społecznościowych w psychospołecznym funkcjonowaniu młodzieży. Przedstawiono media społecznościowe jako specyficzne środowisko komunikacyjne oraz omówiono zmiany, jakie zachodzą w relacjach społecznych w dobie cyfrowej. Szczególna uwaga poświęcona została Instagramowi – platformie wizualnej, której mechanizmy działania, estetyka i algorytmy mają istotny wpływ na percepcję siebie użytkowników. W rozdziale tym analizowane są psychologiczne i społeczne skutki korzystania z Instagrama przez młodzież, zjawisko porównań społecznych online oraz ich konsekwencje dla obrazu ciała. Zamieszczono również przegląd badań empirycznych, które ukazują wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała i samoocenę nastolatków.

Rozdział trzeci poświęcono metodologii badań własnych. Szczegółowo opisano cel i przedmiot badań, postawione problemy i hipotezy badawcze, a także metody, techniki i narzędzia badawcze. W tej części pracy przedstawiono również charakterystykę próby badawczej, co umożliwi zrozumienie kontekstu oraz specyfiki analizowanej grupy.

W rozdziale czwartym zaprezentowano wyniki badań oraz ich szczegółową analizę. Omówiono metody analizy danych i przedstawiono weryfikację hipotez badawczych, co stanowi podstawę do dalszej interpretacji wyników.

Wreszcie, rozdział piąty zawiera podsumowanie i dyskusję uzyskanych rezultatów, wskazuje ograniczenia badania oraz formułuje wnioski i rekomendacje praktyczne, które mogą być wykorzystane w pracy psychologicznej z młodzieżą oraz w działaniach profilaktycznych i edukacyjnych.

Niniejsza praca stanowi próbę połączenia perspektywy psychologicznej, komunikacyjnej i rozwojowej w celu ukazania wielowymiarowego wpływu nowoczesnych mediów na młodzież. W centrum zainteresowania znajduje się pytanie o to, czy cyfrowa estetyka i kultura porównań w medium wizualnym, jakim jest Instagram, sprzyjają wzmocnieniu samoakceptacji, czy raczej prowadzą do jej erozji – i jaką rolę w tym procesie odgrywają indywidualne kompetencje oraz świadomość użytkownika.



Rozdział 1. Obraz ciała i samoocena w ujęciu psychologicznym

Rozwój obrazu ciała oraz kształtowanie samooceny jednostki stanowią kluczowe procesy psychologiczne zachodzące w ontogenezie, których znaczenie szczególnie uwydatnia się w okresie adolescencji. W dynamicznym czasie dorastania ciało staje się nie tylko przestrzenią biologicznych przemian, ale również głównym nośnikiem tożsamości oraz obszarem intensywnych przeżyć emocjonalnych, poznawczych i społecznych. Jego percepcja i interpretacja podlegają wówczas licznym wpływom środowiskowym, przy czym w dobie kultury obrazkowej oraz powszechnej obecności mediów społecznościowych, takich jak Instagram, czynniki te nabierają jakości dominującej.

Celem niniejszego rozdziału jest przedstawienie obrazu ciała oraz samooceny jako złożonych konstruktów psychologicznych, funkcjonujących na styku poznania, emocji i relacji interpersonalnych. W kolejnych podrozdziałach zaprezentowano klasyczne i współczesne ujęcia teoretyczne tych pojęć, ich komponenty oraz mechanizmy kształtowania, ze szczególnym uwzględnieniem okresu dorastania. Zwieńczenie rozdziału stanowi przegląd wybranych badań empirycznych dotyczących zależności między samooceną, postrzeganiem własnego ciała a czynnikami socjokulturowymi, który stanowić będzie teoretyczne i metodologiczne zaplecze dla dalszych analiz wpływu mediów społecznościowych – ze szczególnym uwzględnieniem Instagrama – na postawy wobec ciała u dziewcząt w wieku 15–17 lat.

1.1. Pojęcie obrazu ciała – komponenty, mechanizmy kształtowania i funkcje psychiczne

Obraz ciała to jeden z podstawowych konstruktów psychologicznych, opisujący sposób, w jaki jednostka postrzega, odczuwa i ocenia własne ciało. Obejmuje on zarówno świadomość fizycznych cech ciała, jak i postawy, emocje oraz przekonania z nim związane. Nie jest to odbicie rzeczywistości, lecz wewnętrzna reprezentacja ukształtowana na podstawie doświadczeń osobistych, relacji społecznych oraz wpływów kulturowych.

Proces kształtowania obrazu ciała rozpoczyna się we wczesnym dzieciństwie, lecz szczególne znaczenie przybiera w okresie dorastania, gdy ciało staje się centralnym elementem tożsamości i samooceny. W tym czasie wzrasta podatność na czynniki zewnętrzne – zwłaszcza normy kulturowe i medialne – które mogą istotnie zaburzać realistyczne postrzeganie własnego wyglądu. W niniejszym podrozdziale przedstawiono podstawowe ujęcia teoretyczne, komponenty obrazu ciała oraz jego funkcje psychiczne.



1.1.1. Definicja i istota obrazu ciała

Obraz ciała jest wielowymiarowym konstruktem psychologicznym, który obejmuje sposób postrzegania, odczuwania, interpretowania oraz wartościowania własnego ciała przez jednostkę. Nie sprowadza się on jedynie do fizycznej percepcji ciała, ale obejmuje również emocje, przekonania, doświadczenia społeczne i kulturowe, a także funkcję komunikacyjną ciała w relacjach międzyludzkich (Kalemba, 2024).

Współczesne podejście do cielesności zakłada, że ciało nie jest jedynie biologiczną masą, lecz stanowi obszar przeżywania i komunikowania tożsamości. W tym ujęciu ciało pełni funkcję medium — zarówno w wymiarze jednostkowym (psychologicznym), jak i społecznym (kulturowym) (Kalemba, 2024). Rola ta wyraża się w sposobie, w jaki ciało staje się narzędziem autoprezentacji, oceny społecznej i regulowania relacji z otoczeniem (Borzucka-Sitkiewicz, 2013).

Analizując istotę obrazu ciała, warto sięgnąć do rozróżnienia dwóch podstawowych podejść: internalistycznego i eksternalistycznego. Podejście internalistyczne koncentruje się na podmiotowym charakterze ciała – jako niepodzielnej części „Ja”, sfery przeżyć i tożsamości, niedostępnej dla zewnętrznej obserwacji. Ciało jest tutaj „doświadczane od wewnątrz” – jako element konstytuujący osobowość i autentyczność jednostki (Kalemba, 2024). Z kolei podejście eksternalistyczne ujmuje ciało jako wizualny znak, dzięki któremu można rozpoznać jednostkę, analizować jej tożsamość poprzez zewnętrzne cechy – wygląd, zachowanie, wizerunek (Kalemba, 2024). W podejściu tym ciało podlega ocenie społecznej i często – uprzedmiotowieniu.

Już filozofia antyczna zwracała uwagę na dualizm cielesności i duchowości. Grecki ideał człowieka, oparty na koncepcji „kalos kagathos”, łączył harmonię ducha i ciała. Jednak w tradycji platońskiej i ascetycznej często to właśnie ciało uznawano za przeszkodę w osiągnięciu duchowej pełni (Kalemba, 2024). Współcześnie obserwujemy jednak odwrócenie tej relacji – następuje kult ciała i jego komercjalizacja. Ciało traktowane jest jako „produkt”, który można udoskonalać, prezentować, reklamować i wymieniać – zgodnie z wymogami rynku (Borzucka-Sitkiewicz, 2013).

Zjawisko to prowadzi do zaniku podmiotowości ciała, które coraz częściej podlega dezintegracji i dekonstrukcji. Obraz ciała kształtowany jest pod wpływem dynamicznych zmian społeczno-kulturowych, mediów, technologii, jak również norm dotyczących wyglądu i stylu życia (Kalemba, 2024). W efekcie dochodzi do tego, że jednostki przestają odczuwać swoje ciało jako integralną część siebie, a zaczynają je postrzegać jako „projekt” do nieustannej korekty.



Warto także zwrócić uwagę na ujęcie personalistyczne, według którego ciało nie tylko reprezentuje człowieka na zewnątrz, ale również zawiera istotne informacje o jego duchowej i psychicznej strukturze. Jan Paweł II wskazywał, że ciało stanowi „znak osoby” – jest formą wyrażania osobowości i uczestnictwa w relacjach międzyludzkich (Kalemba, 2024). Doświadczenie cielesne przekłada się więc na doświadczenie własnej tożsamości i miejsca w świecie.

Reasumując, współczesne rozumienie obrazu ciała wykracza daleko poza jego redukcję do zestawu cech fizycznych dostrzeganych przez daną osobę. Obraz ciała jawi się jako wielowymiarowe zjawisko, ukształtowane zarówno przez indywidualne przeżycia i emocje, jak i przez wpływy społeczne, kulturowe oraz historyczne. To nie tylko sposób, w jaki człowiek postrzega i ocenia własne ciało, ale także sposób, w jaki to ciało funkcjonuje w kontekście relacji z innymi oraz w ramach norm społecznych i kulturowych. Odczucia związane z ciałem mają ścisły związek z ogólnym dobrostanem psychicznym, wpływają na jakość kontaktów międzyludzkich, poziom samoakceptacji, a także na podejmowane decyzje dotyczące zdrowia i stylu życia. W świetle najnowszych koncepcji badawczych oraz praktyki psychologicznej, coraz większe znaczenie przypisuje się całościowemu, holistycznemu podejściu do cielesności — traktowaniu jej nie tylko jako biologicznego faktu, lecz także jako przestrzeni doświadczenia psychicznego, społecznego i egzystencjalnego, w której kształtują się kluczowe aspekty tożsamości i funkcjonowania jednostki

1.1.2. Komponenty obrazu ciała

Obraz ciała to konstrukcja psychiczna, która obejmuje nie tylko sposób, w jaki człowiek postrzega swoje ciało, ale również emocje, przekonania oraz zachowania z nim związane. Jest on dynamiczny i wielowymiarowy, ukształtowany pod wpływem doświadczeń jednostkowych, przekazów kulturowych i norm społecznych (Borzucka-Sitkiewicz, 2013). Badacze, w tym Thomas Cash i Thomas Pruzinsky (2004), wskazują na trzy podstawowe komponenty składające się na obraz ciała: poznawczy, afektywny i behawioralny, choć niektórzy autorzy dodają również komponent percepcyjny.

Poznawczy komponent obrazu ciała odzwierciedla sposób, w jaki jednostka spostrzega swoje ciało oraz jakie treści myślowe i przekonania z nim wiąże. Obejmuje on zarówno świadomość aktualnego wyglądu (tzw. „Ja realnego”), jak i wyobrażenia o tym, jak chciałaby wyglądać („Ja idealne”) oraz jak, zdaniem jednostki, powinna wyglądać, aby spełniać społeczne normy atrakcyjności („Ja powinnościowe”) – zgodnie z teorią rozbieżności „Ja” T. Higginsa. Rozbieżności między tymi reprezentacjami mogą prowadzić do powstawania



negatywnych stanów emocjonalnych, takich jak lęk czy smutek, a także generować napięcie psychiczne. Jak wskazują Rybicka-Klimczyk i Brytek-Matera (2008), obraz ciała kształtowany jest już od wczesnych lat życia i osadzony w kontekście relacji interpersonalnych, doświadczeń socjalizacyjnych oraz kulturowych wzorców. W tym ujęciu, poznawcza reprezentacja własnego ciała jest nie tylko efektem indywidualnej percepcji, lecz również rezultatem społecznego uczenia się, na które wpływ mają m.in. komentarze otoczenia, przekazy medialne oraz wewnętrzny dialog. Z czasem kształtują się poznawcze schematy ciała, które – aktywizowane w codziennych sytuacjach – wpływają na samoocenę, wybory życiowe i funkcjonowanie emocjonalne jednostki. Cash (2002) zauważa, że takie schematy, utrwalone w procesie rozwoju, mogą podlegać aktywacji w odpowiedzi na bodźce społeczne i prowadzić do specyficznych reakcji emocjonalno-behawioralnych, np. unikania sytuacji społecznych, stosowania diet czy kompensacyjnych strategii kontroli ciała.

Z kolei komponent afektywny wiąże się z emocjami, które człowiek odczuwa wobec swojego ciała. Mogą one przybierać postać pozytywną – jak duma, zadowolenie czy akceptacja – lub negatywną, np. wstyd, obrzydzenie, lęk czy złość. To, czy dana osoba jest zadowolona z własnego ciała, wpływa na jej ogólny dobrostan psychiczny i funkcjonowanie społeczne. Niezadowolenie z ciała wiąże się często z obniżonym poczuciem własnej wartości, depresją oraz zaburzeniami odżywiania (Głębocka, 2009). Jak zauważono na łamach portalu Centrum Zaburzeń Odżywiania, wiele osób odczuwa wobec własnego ciała niechęć, a nawet wrogość – szczególnie wtedy, gdy ciało nie spełnia społecznych lub medialnych ideałów. Prowadzi to często do zaburzonego przeżywania cielesności i pogłębiania się zniekształceń w jej obrazie (Tomczak, 2022).

Komponent behawioralny dotyczy wszelkich działań podejmowanych w odpowiedzi na to, jak postrzegamy swoje ciało i jak się z nim czujemy. Mogą to być zachowania pozytywne, jak zdrowa aktywność fizyczna czy dbanie o higienę, ale także negatywne – np. restrykcyjne diety, nadmierne ćwiczenia, unikanie kontaktów społecznych, ukrywanie ciała, czy sięganie po substancje mające „poprawić” wygląd (Kalemba, 2024). Zachowania te są często zinternalizowaną odpowiedzią na społeczną presję, by ciało było szczupłe, jędrne, młode i zgodne z obowiązującym kanonem piękna (Brytek-Matera, 2008).

Czwarty komponent – percepcyjny – odnosi się do subiektywnego sposobu postrzegania własnego ciała, jego kształtu, wielkości i proporcji. Występujące w tym zakresie zniekształcenia percepcyjne są typowe m.in. dla osób cierpiących na anoreksję, które widzą siebie jako osoby grube mimo skrajnego wychudzenia. W artykule Centrum Zaburzeń Odżywiania (2022) zwrócono uwagę, że postrzeganie ciała często nie jest związane z jego



rzeczywistym wyglądem, ale z tym, jak człowiek *czuje się* w swoim ciele. To poczucie może być zaburzone przez emocje, wcześniejsze doświadczenia, a także mechanizmy porównawcze – szczególnie silne w dobie mediów społecznościowych.

Warto również wspomnieć o trzech dodatkowych wymiarach obrazu ciała: wyglądzie zewnętrznym, sprawności fizycznej i zdrowiu. Jak zauważa Kalemba (2024), każdy z tych wymiarów może wpływać zarówno na samoocenę jednostki, jak i na jej funkcjonowanie społeczne. Wygląd zewnętrzny obejmuje nie tylko cechy fizyczne, ale także styl ubierania się czy sposób poruszania. Sprawność fizyczna wiąże się z możliwościami motorycznymi, a zdrowie – z ogólną kondycją ciała. Wszystkie te elementy wzajemnie się przenikają, tworząc zintegrowany obraz ciała, który ma kluczowe znaczenie dla funkcjonowania psychicznego jednostki.

Podsumowując, komponenty obrazu ciała są ze sobą nierozzerwalnie powiązane. To, jak człowiek postrzega swoje ciało, jak się z nim czuje i co z nim robi, tworzy złożony system, który wpływa na jego relacje z innymi ludźmi, poczucie wartości i zdrowie psychiczne. Zrozumienie struktury tego obrazu jest niezbędne nie tylko w pracy psychoterapeutycznej, ale także w kontekście działań profilaktycznych i edukacyjnych dotyczących zdrowia psychicznego i cielesnego (Brytek-Matera, 2008).

1.1.3 Mechanizmy kształtowania się obrazu ciała

Obraz ciała nie jest konstruktem statycznym; przeciwnie, kształtuje się dynamicznie na przestrzeni życia jednostki, pod wpływem złożonych interakcji pomiędzy czynnikami biologicznymi, psychologicznymi oraz społeczno-kulturowymi. Proces ten rozpoczyna się już we wczesnym dzieciństwie i ulega ciągłym modyfikacjom wraz z nabywaniem nowych doświadczeń oraz przechodzeniem przez kolejne etapy rozwojowe. Każdy z tych etapów niesie ze sobą nowe wyzwania oraz redefinicje obrazu własnego ciała.

W dzieciństwie ważną rolę odgrywają relacje z najbliższym otoczeniem, zwłaszcza z opiekunami. Ich postawy, sposób komunikacji oraz reakcje na wygląd dziecka mogą kształtować jego samoocenę cielesną. Dzieci wychowywane w atmosferze akceptacji, wsparcia i bezwarunkowej miłości mają większe szanse na wykształcenie pozytywnego i realistycznego obrazu ciała. Natomiast doświadczanie krytyki, zawstydzania, porównywania z rówieśnikami czy deprecjonujących komentarzy może skutkować wewnętrznymi przekonaniem o niedoskonałości własnego wyglądu (Schier, 2009).

W okresie adolescencji pojawia się intensywny rozwój fizyczny i hormonalny, co wiąże się z rosnącym zainteresowaniem wyglądem. Jednocześnie młodzież staje się szczególnie



podatna na wpływy zewnętrzne. Mechanizmy psychologiczne takie jak porównania społeczne (Festinger, 1954) czy internalizacja standardów urody (Thompson, Heinberg, Altabe & Tantleff-Dunn, 1999) odgrywają tu zasadniczą rolę. Młodzi ludzie konfrontują swój wygląd z kreowanymi przez media i rówieśników wzorcami atrakcyjności, co może prowadzić do frustracji, niezadowolenia z ciała, a nawet rozwoju zaburzeń odżywiania (Wycisk, Ziółkowska, 2010).

W dorosłości obraz ciała również podlega ewolucji. Zmiany fizyczne wynikające z procesów biologicznych (np. ciąża, starzenie się, choroby przewlekłe) mogą stanowić wyzwanie dla wcześniejszych wyobrażeń o własnej cielesności. Utrzymujące się wpływy kultury popularnej oraz idealizowanych wizerunków kobiet i mężczyzn w mediach podtrzymują nierealistyczne oczekiwania względem wyglądu. W efekcie osoby dorosłe mogą doświadczać rozbieżności pomiędzy „Ja aktualnym” a „Ja idealnym”, co – zgodnie z teorią rozbieżności Ja Higginsa (1987) – może prowadzić do obniżenia dobrostanu psychicznego i emocjonalnego napięcia (Borzucka-Sitkiewicz, 2013a).

Współczesna kultura, szczególnie za pośrednictwem mediów społecznościowych, intensyfikuje proces internalizacji nierealistycznych standardów piękna. Filtrowane i cyfrowo przekształcone wizerunki „idealnych” ciał, eksponowane na Instagramie czy TikToku, mogą prowadzić do zaburzeń percepcji własnego wyglądu, takich jak dysmorfofobia, anoreksja czy bulimia (Brytek-Matera, 2008). Ekspozycja na tego rodzaju przekazy wpływa nie tylko na poznawcze komponenty obrazu ciała (np. przekonania o własnej atrakcyjności), lecz także na emocjonalny jego wymiar – sprzyjając powstawaniu lęku, wstydu i chronicznego niezadowolenia z własnego wyglądu.

Podsumowując, obraz ciała kształtuje się przez całe życie, w odpowiedzi na zmieniające się warunki indywidualne i społeczne. Mechanizmy psychologiczne, takie jak porównania społeczne, internalizacja norm kulturowych czy przetwarzanie informacji medialnych, wpływają na sposób, w jaki jednostka spostrzega i ocenia swoje ciało. Zrozumienie tych mechanizmów jest kluczowe dla promowania zdrowego stosunku do własnej cielesności oraz profilaktyki zaburzeń psychicznych związanych z niezadowoleniem z ciała.

1.1.4 Funkcje psychiczne obrazu ciała

Obraz ciała to złożona, wielowymiarowa reprezentacja własnej cielesności w umyśle jednostki, która pełni szereg istotnych funkcji psychicznych wpływających na codzienne funkcjonowanie, samopoczucie i rozwój osobowości. Nie jest to jedynie neutralna percepcja



fizyczności, ale dynamiczna konstrukcja, która odgrywa istotną rolę zarówno w relacjach jednostki ze światem, jak i w jej relacji z samą sobą.

Jedną z podstawowych funkcji obrazu ciała jest funkcja poznawcza. Umożliwia ona orientację w przestrzeni, świadomość rozmiarów, kształtów i granic własnego ciała oraz rozróżnianie tego, co wewnętrzne od zewnętrznego. Dzięki niej możliwe jest wykonywanie złożonych czynności ruchowych, rozpoznawanie i identyfikowanie własnych części ciała, a także zachowanie poczucia jedności cielesnej. Świadomość schematu ciała stanowi fundament dla poczucia stabilności i tożsamości cielesnej, szczególnie ważnej w codziennym funkcjonowaniu (Dołęga, Turek, Irzyniec, Jeż, 2012).

Drugą istotną rolą jest funkcja emocjonalna, która wiąże się z przeżyciami towarzyszącymi myśleniu o ciele. To, jak dana osoba postrzega swoje ciało, wpływa bezpośrednio na jej samoocenę, poczucie własnej wartości oraz ogólne samopoczucie psychiczne. Ciało może stać się źródłem akceptacji i dumy, ale też lęku, wstydu czy niezadowolenia. Kształtowanie tej emocjonalnej relacji zachodzi w kontekście norm kulturowych, komunikatów społecznych oraz doświadczeń wyniesionych z dzieciństwa. Gdy relacja ta ulega zaburzeniu, może dojść do powstania nieadekwatnych ocen własnego wyglądu, co leży u podstaw wielu zaburzeń psychicznych, w tym depresji i zaburzeń odżywiania (Gajtkowska, 2013).

Funkcja regulacyjna i adaptacyjna obrazu ciała odnosi się do zdolności jednostki do reagowania na potrzeby płynące z organizmu oraz dostosowywania się do zmieniających się warunków życia. Obejmuje to zarówno reakcje na sygnały cielesne (ból, zmęczenie), jak i dostosowanie do zmian fizycznych (np. dojrzewanie, ciąża, starzenie się). Ta funkcja ma szczególne znaczenie w procesach rehabilitacji, rekonwalescencji po chorobach somatycznych oraz w okresach zmian cielesnych, które wymagają ponownej integracji obrazu siebie (Tomczak, 2022).

Kolejnym aspektem jest funkcja motywacyjna. Obraz ciała pełni rolę wyznacznika celów związanych z wyglądem i zdrowiem. Może mobilizować do podejmowania działań takich jak ćwiczenia fizyczne, zmiana diety, pielęgnacja czy inne formy dbania o ciało. Jednakże w sytuacji, gdy obraz ciała jest zniekształcony lub negatywny, ta funkcja może ulec patologizacji. Przykładem może być anoreksja nervosa – zaburzenie, w którym pomimo znacznego niedoboru masy ciała, osoba nadal postrzega siebie jako „zbyt dużą” i podejmuje drastyczne działania w celu dalszej redukcji wagi, co prowadzi do poważnych zagrożeń zdrowotnych i społecznego wycofania (Głębocka & Kulbat, 2005).



Szczególnie istotna jest funkcja integracyjna, polegająca na scalaniu różnych aspektów doświadczenia cielesnego – sensorycznego, motorycznego, emocjonalnego i poznawczego – w spójną reprezentację „Ja cielesnego”. Dzięki tej funkcji możliwe jest utrzymanie ciągłości poczucia tożsamości oraz świadomości siebie jako jednej, odrębnej jednostki. Zgodnie z koncepcją Paula Schildera (1950), obraz ciała stanowi podstawę doświadczania siebie jako „Ja cielesnego”, które współtworzy ogólną strukturę tożsamości psychicznej. Integracja między obrazem ciała a „Ja psychologicznym” umożliwia zharmonizowane funkcjonowanie emocjonalne i społeczne, a jej zaburzenie może prowadzić do rozszczepienia doświadczeń cielesnych i tożsamościowych (Pervin, 1999).

Warto podkreślić, że funkcje psychiczne obrazu ciała mogą manifestować się odmiennie w różnych okresach życia. U adolescentek zaburzenia obrazu ciała najczęściej przejawiają się w postaci silnego niezadowolenia z wyglądu i prób jego kontrolowania, co może skutkować rozwojem restrykcyjnych zachowań żywieniowych. U osób dorosłych i starszych problematyczny obraz ciała może wiązać się z akceptacją procesów starzenia, przewlekłą chorobą, utratą sprawności lub atrakcyjności seksualnej, wpływając na obniżenie nastroju i poczucia wartości.

Podsumowując, obraz ciała pełni szereg funkcji psychicznych: od umożliwiania orientacji przestrzennej i świadomości ciała, przez kształtowanie emocji i motywacji, po integrowanie różnych aspektów doświadczenia jednostki. Zaburzenia tych funkcji mogą poważnie zakłócać codzienne funkcjonowanie, wpływając na zdrowie psychiczne i relacje społeczne. Zrozumienie tych funkcji stanowi istotny krok w kierunku skutecznej profilaktyki i terapii zaburzeń związanych z ciałem.

1.2. Samoocena – struktura, typologie i psychologiczne uwarunkowania

Samoocena to jedno z kluczowych pojęć w psychologii, obecne zarówno w teoriach osobowości, jak i w badaniach nad funkcjonowaniem społecznym człowieka. Stanowi ona ogólną ocenę własnej osoby i odnosi się do tego, w jaki sposób jednostka postrzega, interpretuje i emocjonalnie reaguje na swoje cechy, umiejętności oraz pozycję społeczną. Zainteresowanie tym zagadnieniem nie słabnie od dziesięcioleci – samoocena uznawana jest za jeden z najczęściej analizowanych konstruktów psychologicznych, zaraz po emocjach negatywnych i tematyce płci (Leary i MacDonald, 2003; Bushman, Moeller i Crocker, 2011).



1.2.1 Wprowadzenie do pojęcia samooceny

Definicja samooceny ewoluowała na przestrzeni lat. Już pod koniec XIX wieku William James (1892/2002) wskazywał, że samoocena wynika z relacji pomiędzy tym, co jednostka osiąga, a tym, czego od siebie oczekuje. Im mniejsza dysproporcja między osiągnięciami a aspiracjami, tym wyższy poziom samooceny. W późniejszych ujęciach, np. modelu rozbieżności Ja autorstwa Higginsona (1987), wskazywano, że poziom samooceny zależy od różnicy między Ja realnym (czyli tym, kim jednostka czuje się tu i teraz), a Ja idealnym (czyli tym, kim chciałaby być). Wysoka zgodność między tymi dwoma aspektami przekłada się na dobre samopoczucie i wysoką samoocenę, zaś rozbieżności wiążą się z negatywnymi emocjami, jak wstyd, poczucie winy czy niska wartość własna.

Do najbardziej znanych współczesnych definicji należą te zaproponowane przez Morrisa Rosenberga i Stanleya Coopersmitha. Rosenberg (1965, 1979) definiował samoocenę jako ogólną postawę względem siebie, przekonanie, że jest się osobą wartościową i zasługującą na szacunek – niezależnie od tego, czy uznaje się siebie za lepszego od innych. Coopersmith (1967) natomiast kładł nacisk na szacunek do samego siebie oraz wiarę we własne możliwości i kompetencje. Obaj autorzy zgodnie traktowali samoocenę jako centralny komponent zdrowia psychicznego jednostki.

W ujęciu poznawczo-emocjonalnym, zaproponowanym przez Wellsa i Marwella (1976), samoocena może być rozumiana zarówno jako poznawcza ocena własnych cech i zachowań, jak i jako emocjonalna reakcja na własny obraz Ja. Ten dualizm znajduje odzwierciedlenie także w polskich definicjach – np. Wojciszke (2002) uznaje samoocenę za emocjonalny stosunek do siebie, podczas gdy Niebrzydowski (1976) podkreśla poznawcze sądy i opinie na temat własnej osoby.

Rola samooceny w funkcjonowaniu psychicznym jednostki jest niezwykle istotna. Stanowi ona podstawę samoregulacji emocjonalnej, wpływa na sposób interpretowania zdarzeń i kieruje działaniami człowieka. Osoby o wysokiej samoocenie mają tendencję do większego optymizmu, lepszej motywacji do działania, większej odporności na stres i większej elastyczności w radzeniu sobie z trudnościami. Natomiast niska samoocena często wiąże się z negatywnym afektem, wycofaniem społecznym, brakiem wiary w siebie oraz większym ryzykiem rozwoju zaburzeń psychicznych, takich jak depresja, zaburzenia lękowe czy zaburzenia odżywiania.

Samoocena pełni także ważną rolę w życiu społecznym jednostki. Jest silnie związana z jakością relacji interpersonalnych, poczuciem przynależności, a także stylem komunikacji i poziomem empatii. Osoby o stabilnej i pozytywnej samoocenie zazwyczaj są bardziej otwarte



na innych, lepiej radzą sobie z krytyką i rzadziej angażują się w zachowania agresywne czy manipulacyjne. Z drugiej strony, zawyżona, lecz niestabilna samoocena może prowadzić do narcyzmu, impulsywności i trudności w nawiązywaniu trwałych relacji.

Wreszcie, samoocena ma znaczący wpływ na rozwój osobisty – wyznacza granice działania, poziom ambicji oraz gotowość do podejmowania ryzyka. Jest również czynnikiem chroniącym przed negatywnym wpływem porażek i odrzucenia, a jej rozwój oraz modyfikacja są możliwe poprzez różne formy wsparcia psychologicznego, takie jak psychoterapia, treningi asertywności czy programy rozwoju osobistego.

1.2.2. Struktura samooceny

Samoocena nie jest konstruktem jednorodnym. Składa się z wielu powiązanych ze sobą elementów, które można uporządkować według różnych kryteriów. Jednym z podstawowych podziałów jest rozróżnienie między samooceną globalną a samooceną specyficzną (dziedzinową). Już William James (1892/2002) zwracał uwagę, że ogólne poczucie własnej wartości powstaje na bazie ocen cząstkowych dotyczących różnych obszarów funkcjonowania jednostki – takich jak relacje interpersonalne, sprawność fizyczna, sukcesy zawodowe czy atrakcyjność fizyczna. Współczesne badania potwierdzają, że samoocena globalna może być traktowana jako syntetyczna ocena ogólnej wartości własnej osoby, natomiast samooceny specyficzne odnoszą się do ocen w konkretnych dziedzinach życia (np. umiejętność przemawiania publicznie, relacje z rodziną, wygląd zewnętrzny).

Samoocena globalna bywa rozumiana na dwa sposoby. Po pierwsze, poznawczo – jako decyzja jednostki o jej własnej wartości (Coopersmith, 1967; Crocker i Park, 2004). Po drugie, emocjonalnie – jako ogólny afekt wobec własnej osoby, często nieoparty refleksją czy analizą (Brown, 1993; Brown i Marshall, 2001). W obu przypadkach stanowi ona trwałą cechę jednostki i rzadko ulega istotnym zmianom w codziennym życiu. Warto jednak podkreślić, że samoocena globalna i specyficzna mogą się nawzajem wzmacniać. Przykładowo, niska samoocena w obszarze kompetencji społecznych może stopniowo podważać globalne poczucie wartości, jeśli ta dziedzina ma dla danej osoby duże znaczenie.

Samoocena jako konstrukt psychologiczny składa się z trzech podstawowych komponentów: poznawczego, emocjonalnego i behawioralnego. Komponent poznawczy odnosi się do sposobu, w jaki jednostka myśli o sobie – obejmuje sądy, przekonania i opinie na temat własnych cech, zdolności i wartości. Przykładowo, ktoś może uważać się za osobę kompetentną, uczciwą, ale nieatrakcyjną. Komponent emocjonalny dotyczy uczuć związanych z obrazem własnej osoby – może to być duma, zadowolenie, wstyd, lęk, poczucie winy.



Emocjonalny stosunek do siebie bywa często bardziej stabilny niż oceny poznawcze. Z kolei komponent behawioralny przejawia się w działaniach jednostki względem siebie – w tym, jak siebie traktuje czy podejmuje działania wspierające rozwój, czy wręcz przeciwnie – sabotuje swoje działania i sukcesy (np. poprzez samoutrudnianie).

W strukturze samooceny istotną rolę odgrywają również schematy Ja, czyli poznawcze reprezentacje własnej osoby. Są to uogólnione przekonania o sobie, zakorzenione w doświadczeniach życiowych i silnie wpływające na sposób interpretacji informacji o sobie i świecie. W koncepcji Aarona Becka, autora modelu poznawczo-behawioralnego, negatywne schematy Ja – takie jak przekonanie „jestem bezwartościowy” – mogą prowadzić do trwałych zniekształceń poznawczych i sprzyjać rozwojowi zaburzeń depresyjnych i lękowych. Takie schematy często funkcjonują na poziomie nieświadomym, aktywizując się pod wpływem stresu, krytyki czy porażki.

Na strukturę samooceny składa się także podział na samoocenę jawną i utajoną. Samoocena jawna to świadoma, werbalizowana postawa wobec własnej osoby, wyrażana najczęściej za pomocą samoopisowych narzędzi psychometrycznych (np. Skala Samooceny Rosenberga). Samoocena utajona natomiast odnosi się do automatycznych, nieświadomych postaw wobec siebie, które ujawniają się w reakcjach emocjonalnych, preferencjach i zachowaniach – często bez udziału świadomej refleksji. Badania wykazują, że jawna i utajona samoocena nie zawsze są ze sobą zgodne. Na przykład osoba deklarująca wysoką samoocenę może wykazywać impulsywność, nadwrażliwość na krytykę czy tendencję do agresji – co może wskazywać na niski poziom samooceny utajonej i niestabilność poczucia własnej wartości.

Struktura samooceny nie jest jednorodna – to raczej złożona i dynamiczna sieć powiązań między ocenami poznawczymi, emocjami i zachowaniami, które wspólnie tworzą indywidualny obraz siebie. Zrozumienie tej struktury ma fundamentalne znaczenie dla skutecznych interwencji psychologicznych – pozwala bowiem dotrzeć nie tylko do treści samooceny, ale także do mechanizmów jej regulacji i przyczyn zaburzeń związanych z poczuciem własnej wartości.

1.2.3. Typologie samooceny

Samoocena, mimo że często ujmowana jako względnie stała cecha osobowości, może przybierać różne formy i wykazywać duże zróżnicowanie zarówno pod względem treści, jak i dynamiki. Psychologowie opracowali liczne typologie, które pozwalają lepiej zrozumieć, w jaki sposób samoocena wpływa na funkcjonowanie jednostki w różnych obszarach życia.



Jednym z podstawowych podziałów jest różnicowanie między wysoką a niską samooceną. Osoby o wysokiej samoocenie generalnie postrzegają siebie jako wartościowe, akceptowane i kompetentne. Cechuje je większy optymizm, wyższa odporność na stres, większa pewność siebie, jak również gotowość do podejmowania wyzwań i wychodzenia z inicjatywą. Częściej angażują się w zachowania prospołeczne, rzadziej doświadczają lęku czy depresji. Natomiast osoby o niskiej samoocenie często mają skłonność do nadmiernego samokrytycyzmu, unikania sytuacji oceniających, są bardziej podatne na negatywne emocje oraz wykazują większą wrażliwość na odrzucenie i krytykę.

Nie zawsze jednak wysoka samoocena przynosi pozytywne konsekwencje. Jak wskazują badania Roya Baumeistera i współpracowników (2003), nadmiernie wysoka, a szczególnie niestabilna samoocena może być źródłem problemów – takich jak impulsywność, agresja czy brak konstruktywnego radzenia sobie z porażką. Stąd wyłoniono kolejną parę wymiarów: samoocena stabilna vs. niestabilna. Stabilna samoocena cechuje się trwałością i spójnością w czasie oraz relatywną odpornością na negatywne informacje zwrotne. Z kolei niestabilna samoocena podlega silnym fluktuacjom w zależności od bieżących doświadczeń – pochwała może ją gwałtownie podnieść, a krytyka – drastycznie obniżyć. Osoby z niestabilną samooceną często są emocjonalnie reaktywne, wykazują wzmożoną potrzebę aprobaty i potwierdzania swojej wartości przez innych.

Innym ważnym wymiarem jest rozróżnienie między samooceną jawną a utajoną. Samoocena jawna to ta, którą deklarujemy – mierzalna za pomocą kwestionariuszy samoopisowych. Utajona samoocena odnosi się natomiast do nieświadomych, automatycznych postaw wobec siebie, które ujawniają się w testach pośrednich, takich jak Implicit Association Test (IAT). Co ciekawe, oba typy samooceny często się ze sobą nie pokrywają. Możliwa jest sytuacja, w której ktoś deklaruje wysoką samoocenę jawną, lecz jego utajona samoocena jest niska – taki rozkład wskazuje na samoocenę defensywną (lub kruchą), która może być kompensacyjna i niestabilna. Z kolei zgodność między wysoką samooceną jawną i utajoną uznaje się za oznakę autentycznej i bezpiecznej samooceny, która cechuje się odpornością na stresory i większą równowagą emocjonalną.

Kolejna typologia dotyczy rozróżnienia między zdrową a zawyżoną samooceną, czyli granicy między pewnością siebie a narcyzmem. Zdrowa samoocena opiera się na realistycznym obrazie siebie, akceptacji swoich mocnych i słabych stron, poczuciu wewnętrznej wartości niezależnym od ciągłego potwierdzania z zewnątrz. Wysoka, ale zawyżona samoocena, może przybrać formę narcyzmu, który wiąże się z potrzebą podziwu, trudnościami w przyjmowaniu krytyki i tendencją do obronnych reakcji na zagrożenia dla własnego ego. Osoby narcystyczne



często przejawiają tzw. "fasadową samoocenę" – powierzchownie wysoką, ale wewnętrznie niestabilną i zależną od opinii otoczenia.

W ujęciu Michaela Kernisa (2003), samoocena może być dodatkowo klasyfikowana według jej autentyczności i źródeł stabilności. Wyróżnia on m.in. „bezpieczną wysoką samoocenę” (secure high self-esteem), opartą na głębokiej samoakceptacji, oraz „kruchą wysoką samoocenę” (fragile high self-esteem), która wymaga stałego potwierdzania wartości przez osiągnięcia i aprobatę społeczną. Z badań wynika, że osoby z kruchą samooceną mogą być bardziej podatne na gniew, zazdrość, impulsywność i zachowania obronne.

Typologie samooceny pozwalają więc nie tylko na trafniejszy opis różnic indywidualnych, ale także na głębsze zrozumienie mechanizmów psychologicznych leżących u podłoża zachowań jednostki. Ułatwiają też opracowanie celowanych interwencji psychoterapeutycznych i programów profilaktycznych, które uwzględniają nie tylko poziom samooceny, ale też jej stabilność, autentyczność i zgodność między różnymi jej formami.

1.2.4. Psychologiczne uwarunkowania samooceny

Samoocena nie jest konstruktem statycznym – choć może wykazywać względną trwałość, jej poziom, treść i stabilność kształtują się pod wpływem licznych doświadczeń życiowych oraz cech indywidualnych. Psychologiczne uwarunkowania samooceny obejmują zarówno czynniki środowiskowe (rodzina, rówieśnicy, kultura), jak i wewnętrzne (temperament, cechy osobowości, mechanizmy obronne).

Na pierwszym planie znajdują się czynniki rodzinne i wychowawcze, które mają kluczowe znaczenie w okresie dzieciństwa i adolescencji. Styl przywiązania, jaki wykształca się w relacji dziecka z opiekunem, przekłada się bezpośrednio na kształtowanie obrazu siebie. Dzieci wychowywane w bezpiecznym stylu przywiązania uczą się, że są godne miłości, ważne i akceptowane — co wzmacnia ich poczucie własnej wartości. Z kolei styl unikający lub lękowo-ambiwalentny może skutkować niską samooceną, niepewnością siebie i nadwrażliwością na odrzucenie. Równie istotne są komunikaty werbalne i niewerbalne, jakie dziecko otrzymuje od rodziców – częste krytykowanie, porównywanie z innymi, wyśrubowane oczekiwania czy brak czułości mogą skutkować wewnętrznym przekonaniem o niewystarczającej wartości i ograniczonych kompetencjach.

Doświadczenia społeczne to kolejna istotna grupa czynników. Akceptacja lub odrzucenie przez rówieśników, sukcesy i porażki w grupie, status społeczny czy rola pełniona w środowisku rówieśniczym wpływają na obraz siebie, zwłaszcza w okresie dorastania. Teoria porównań społecznych (Festinger, 1954) wskazuje, że ludzie oceniają siebie poprzez



porównywanie się z innymi. W zależności od tego, czy są to porównania w górę (z lepszymi) czy w dół (z gorszymi), samoocena może wzrosnąć lub się obniżyć. Szczególnie wrażliwe na to są osoby o niestabilnej samoocenie, które częściej interpretują cudze osiągnięcia jako zagrożenie dla własnej wartości.

Współczesne badania wskazują również na silny wpływ mediów i kultury na samoocenę, zwłaszcza w obszarze obrazu ciała i społecznie pożądanym ról. Przekazy medialne, promujące określone ideały urody, sukcesu, młodości czy stylu życia, mogą powodować dyskomfort i niezadowolenie z siebie, szczególnie u osób podatnych na internalizację norm kulturowych. Przykładowo, młode kobiety, które często korzystają z mediów społecznościowych i porównują się do „idealnych” sylwetek influencerów, są bardziej narażone na spadek samooceny i zaburzenia obrazu ciała. Problem ten dotyczy również mężczyzn w kontekście presji na siłę, sukces finansowy czy rywalizację.

Oprócz wpływów zewnętrznych, samoocena zależy także od wewnętrznych cech jednostki, takich jak temperament i osobowość. Badania wykazują, że osoby o wysokim poziomie neurotyczności częściej doświadczają negatywnych emocji, są mniej odporne na stres i mają niższą samoocenę. Z kolei ekstrawertycy, osoby sumienne i otwarte na doświadczenia częściej charakteryzują się wyższym poczuciem własnej wartości, większą odpornością psychiczną i lepszym funkcjonowaniem społecznym. Dodatkowo, pewne style poznawcze, np. styl samowzmacniający, pomagają utrzymać pozytywny obraz siebie nawet w obliczu trudności, natomiast styl samokrytyczny – typowy dla osób z niską samooceną – prowadzi do utrwalania negatywnych przekonań o sobie.

Istotne znaczenie mają również mechanizmy obronne i strategie radzenia sobie ze stresem, które jednostka rozwija w celu ochrony swojej samooceny. Wśród nich można wymienić m.in. unikanie konfrontacji z trudnymi sytuacjami, racjonalizację (czyli uzasadnianie porażek czynnikami zewnętrznymi), czy samoutrudnianie, polegające na celowym tworzeniu przeszkód, by mieć usprawiedliwienie w razie niepowodzenia. Choć strategie te mogą doraźnie chronić samoocenę, w dłuższej perspektywie często przynoszą negatywne skutki – ograniczają rozwój, pogłębiają poczucie porażki i mogą prowadzić do wyuczonej bezradności.

Wszystkie wymienione czynniki działają interaktywnie – nie tworzą liniowego ciągu przyczynowego, ale raczej dynamiczny układ wpływów, które w różnych momentach życia mogą się nasilać lub słabnąć. Zrozumienie tych mechanizmów jest kluczowe nie tylko dla celów diagnostycznych, ale również dla efektywnego wspierania rozwoju jednostki, profilaktyki problemów psychicznych oraz projektowania skutecznych interwencji psychologicznych ukierunkowanych na wzmocnienie samooceny.



1.2.5. Znaczenie samooceny dla zdrowia psychicznego i funkcjonowania

Samoocena odgrywa fundamentalną rolę w utrzymaniu zdrowia psychicznego oraz szeroko pojętym funkcjonowaniu jednostki w codziennym życiu. To, jak człowiek postrzega i ocenia samego siebie, wpływa nie tylko na jego samopoczucie, ale również na relacje interpersonalne, sposób podejmowania decyzji, reakcje emocjonalne i zdolność radzenia sobie z trudnościami. Ta funkcja ma szczególne znaczenie dla regulacji emocji i poczucia kompetencji w działaniu (Mruk, 2006).

Niska samoocena jest jednym z najlepiej udokumentowanych czynników ryzyka rozwoju zaburzeń psychicznych. Badania pokazują jej silny związek z depresją – osoby przekonane o własnej bezwartościowości czy niekompetencji częściej doświadczają negatywnego afektu, wycofania społecznego i bezradności (Orth, Robins, Meier, 2009). Schematy poznawcze typu „jestem gorszy od innych” lub „nie zasługuję na sukces” stanowią rdzeń wielu epizodów depresyjnych (Beck, 1967) i są często utrwalane przez błędne koło samopotwierdzających się doświadczeń. Również w zaburzeniach lękowych – szczególnie w fobii społecznej – niska samoocena przyczynia się do nasilonego lęku przed oceną, kompromitacją czy odrzuceniem (Leary, 1999), prowadząc do unikania kontaktów społecznych i wzmacniania przekonań o własnej nieadekwatności.

Samoocena a obraz ciała to kolejny istotny obszar. U wielu kobiet niska samoocena łączy się z niezadowoleniem z wyglądu i porównywaniem się z nierealistycznymi wzorcami promowanymi w mediach (Thompson., Heinberg, Altabe, Tantleff-Dunn, 1999). W zaburzeniach odżywiania, takich jak anoreksja czy bulimia, obraz ciała staje się głównym wyznacznikiem wartości osobistej – sukces w „utracie kilogramów” daje chwilowe poczucie kontroli, lecz nie rozwiązuje problemu głęboko zakorzenionego braku akceptacji siebie (Brytek-Matera, 2008).

Paradoksalnie, zawyżona, lecz niestabilna samoocena również może być źródłem psychologicznych trudności. Osoby, które deklarują wysoką samoocenę, ale w rzeczywistości opierają ją na zewnętrznych czynnikach (np. sukcesach, uznaniu), wykazują większą podatność na impulsywne reakcje emocjonalne i agresję. W obliczu krytyki mogą reagować nieadekwatnie – gniewem, wrogością, defensywnością – co wiąże się z tzw. „kruchą samooceną” (Baumeister, Smart, Boden, 1996). Takie mechanizmy obserwuje się np. u osób z cechami narcystycznymi, które na zewnątrz przejawiają przesadne poczucie wyjątkowości, ale wewnętrznie pozostają niezwykle wrażliwe na ocenę i porażkę (Kernis, 2003).



Z kolei realistyczna i stabilna samoocena stanowi jeden z najważniejszych zasobów chroniących zdrowie psychiczne. Osoby o zrównoważonym, pozytywnym obrazie siebie są mniej podatne na depresję, lepiej radzą sobie ze stresem, rzadziej uciekają się do destrukcyjnych strategii radzenia sobie i częściej podejmują działania ukierunkowane na rozwój osobisty (Deci, Ryan, 1995). Ich samoocena nie zależy w istotnym stopniu od pochwał czy akceptacji otoczenia, co czyni je bardziej autonomicznymi i odpornymi na krytykę.

Samoocena wpływa także na funkcjonowanie poznawcze i emocjonalne – kształtuje sposób interpretowania doświadczeń, przetwarzania informacji oraz przypisywania sobie przyczyn sukcesów i porażek (Heine, Lehman., Markus, Kitayama 1999). Osoby o wysokiej samoocenie przypisują sukcesy własnym kompetencjom, a porażki – czynnikom zewnętrznym, co sprzyja utrzymaniu pozytywnego nastroju i poczucia sprawczości. Z kolei osoby o niskiej samoocenie mają tendencję do obwiniania siebie za niepowodzenia i deprecjonowania swoich osiągnięć, co może prowadzić do wyuczonej bezradności (Seligman, 1975).

Co istotne, samoocena nie jest konstruktem niezmiennym. Choć jej podstawy kształtują się we wczesnym dzieciństwie, może ona być modyfikowana przez doświadczenia interpersonalne, sukcesy rozwojowe oraz pracę psychologiczną (Robins, Trzesniewski, Tracy, Gosling, Potter, 2002). Interwencje terapeutyczne, takie jak terapia poznawczo-behawioralna, treningi asertywności, techniki uważności czy podejścia oparte na samoakceptacji, mogą prowadzić do budowania bardziej realistycznego i wspierającego obrazu siebie.

Samoocena jest złożonym i dynamicznym konstruktem psychologicznym, który odgrywa znaczącą rolę w funkcjonowaniu jednostki – zarówno na poziomie emocjonalnym, poznawczym, jak i społecznym. Obejmuje zarówno ogólną ocenę własnej wartości (samoocenę globalną), jak i szczegółowe oceny siebie w konkretnych dziedzinach życia. Może być jawna lub utajona, stabilna lub chwiejna, zdrowa albo kompensacyjna. Kształtują ją liczne czynniki – od relacji z rodzicami i doświadczeń społecznych, po cechy temperamentu i kulturowe wzorce. Zarówno zaniżona, jak i zawyżona, niestabilna samoocena może wiązać się z ryzykiem zaburzeń psychicznych, dlatego jej rozumienie ma fundamentalne znaczenie w profilaktyce i terapii. Co ważne, samoocena nie jest czymś niezmiennym – może być modyfikowana poprzez świadomą pracę psychologiczną i wsparcie środowiska.

1.3. Rozwój obrazu ciała i samooceny w okresie adolescencji – ujęcie rozwojowe i społeczne

Adolescencja to okres intensywnych przemian obejmujących sfery biologiczną, psychiczną, społeczną i kulturową. Zmiany te wpływają bezpośrednio na sposób, w jaki młody



człowiek postrzega siebie oraz buduje swoją samoocenę. Jak zauważa Paulina Peret-Drażewska, młodość to czas „bycia pomiędzy” – pomiędzy dzieciństwem a dorosłością – co sprawia, że nastolatki znajdują się w fazie zawieszenia, nieposiadające jeszcze dorosłych kompetencji, ale już nie utożsamiane z dziećmi (Peret-Drażewska, 2021).

W tym czasie zachodzą istotne zmiany fizjologiczne – dojrzewanie płciowe, hormonalne oraz zmiany w budowie ciała – które prowadzą do intensyfikacji zainteresowania własnym wyglądem i postrzegania siebie przez pryzmat akceptacji społecznej. Jak wskazuje Irena Obuchowska, przemiany te modyfikują zarówno tożsamość cielesną, jak i emocjonalną, wpływając na rozwój samooceny (Obuchowska, 1996).

Istotnym aspektem adolescencji jest również rozwój mózgu. Daniel J. Siegel zauważa, że nastoletni mózg przechodzi intensywną reorganizację, której skutkiem są zwiększona emocjonalność, potrzeba eksploracji oraz wrażliwość na bodźce społeczne. Ta neurobiologiczna przebudowa wyjaśnia m.in. impulsywność i emocjonalną niestabilność charakterystyczną dla tego okresu (Siegel, 2015).

Psychologiczne zadania rozwojowe, takie jak akceptacja własnego ciała, zdobywanie niezależności emocjonalnej od rodziców, kształtowanie tożsamości płciowej i społecznej, również wpływają na kształtowanie samooceny. Jak podaje Brzezińska, powodzenie w realizacji tych zadań wpływa pozytywnie na rozwój tożsamości i poczucia własnej wartości, natomiast ich zaniedbanie może prowadzić do trudności adaptacyjnych i zaburzeń psychicznych w dorosłości (Brzezińska, 2000).

Samoocena w okresie dorastania jest zatem konstruktem wyjątkowo podatnym na zmiany. W młodszej adolescencji wykazuje często spadek, a jej poziom może być niestabilny, zależny od zewnętrznych ocen, grupy rówieśniczej i relacji rodzinnych. Stabilizacja i wzrost samooceny następują zazwyczaj w późniejszym okresie młodzieńczym, wraz z integracją tożsamości i zdobywaniem autonomii (Peret-Drażewska, 2021).

W okresie adolescencji środowisko rówieśnicze staje się jednym z najważniejszych kontekstów rozwojowych. To właśnie relacje z rówieśnikami, przynależność do grup społecznych i opinie innych nastolatków mają istotny wpływ na kształtowanie samooceny oraz postrzeganie własnego ciała. Nastolatki wykazują zwiększoną potrzebę akceptacji i uznania, a ich poczucie wartości w dużym stopniu zależy od tego, jak są postrzegane przez otoczenie (Brzezińska, 2000).

Zgodnie z teorią porównań społecznych Festingera (1954), jednostki oceniają siebie poprzez zestawianie własnych cech i osiągnięć z cechami innych osób. W okresie dojrzewania mechanizm ten jest szczególnie nasilony – młodzież często dokonuje porównań z rówieśnikami



pod kątem wyglądu, popularności, statusu społecznego czy sprawności fizycznej. W przypadku negatywnych wyników tych porównań może dochodzić do obniżenia samooceny, niezadowolenia z własnego ciała, a nawet rozwoju zachowań kompensacyjnych (Szpitalak, Polczyk, 2015).

Rówieśnicy pełnią również funkcję lustra społecznego – dostarczają informacji zwrotnych, które kształtują tożsamość i obraz siebie. Pochwały mogą wzmacniać pozytywne postrzeganie siebie, natomiast krytyka – zwłaszcza dotycząca wyglądu – może prowadzić do powstania zniekształceń poznawczych oraz negatywnego obrazu ciała. Jak zauważa Peret-Drażewska, młodzież, która doświadcza odrzucenia lub przejawów przemocy rówieśniczej (np. wyśmiewania, oceniania), może reagować nasileniem objawów depresyjnych, izolacją społeczną lub dążeniem do niezdrowych form autoprezentacji (Peret-Drażewska, 2021).

Rola grupy odniesienia jest kluczowa również w kontekście norm wyglądu. Jeśli w grupie dominują określone wzorce – np. szczupłość u dziewcząt czy umięśnienie u chłopców – młodzi ludzie mogą podejmować działania mające na celu dostosowanie się do tych standardów. W przypadku braku zgodności z grupowymi normami może pojawić się wyraźne pogorszenie obrazu własnego ciała i spadek samooceny (Szpitalak, Polczyk, 2015).

Nie bez znaczenia pozostaje także fakt, że grupa rówieśnicza dostarcza nie tylko informacji zwrotnej, ale również modeli do naśladowania. Nastolatki często kopiują zachowania, styl bycia i sposób autoprezentacji swoich rówieśników lub osób popularnych w grupie. Może to prowadzić do eksperymentowania z własnym wyglądem, sposobem ubierania się, odżywianiem czy używkami – wszystko po to, by zdobyć akceptację i podnieść swoją pozycję społeczną (Brzezińska, 2000).

Z drugiej strony, pozytywne relacje rówieśnicze mogą pełnić funkcję ochronną. Młodzież otoczona wspierającymi przyjaciółmi, akceptującą grupą i mająca poczucie przynależności znacznie rzadziej doświadcza kryzysów samooceny, nawet jeśli jej wygląd odbiega od kulturowych norm. Jak pokazują badania, poczucie bycia akceptowanym i rozumianym przez rówieśników jest silnym buforem przeciwko negatywnym skutkom presji społecznej i medialnej (Peret-Drażewska, 2021).

Współczesna adolescencja przebiega w zupełnie innym kontekście kulturowym niż jeszcze dwie czy trzy dekady temu. Wzrost znaczenia mediów – w tym mediów społecznościowych – a także nasilona presja kulturowa dotycząca wyglądu, sukcesu i popularności, sprawiają, że młodzi ludzie coraz częściej oceniają samych siebie przez pryzmat zewnętrznych standardów. Obraz ciała i samoocena są dziś silnie uwarunkowane tym, co



młodzież widzi w otaczającym świecie – zarówno w przestrzeni cyfrowej, jak i w komunikatach płynących z otoczenia społecznego (Szpitalak, Polczyk, 2015).

W szczególności media promują określony ideał ciała – szczupłego, symetrycznego, młodego i sprawnego. Dla dziewcząt wzorcem jest zazwyczaj szczupła sylwetka, pozbawiona „niedoskonałości”, a dla chłopców – umięśnione, atletyczne ciało. Te obrazy, często sztucznie przekształcone i nierealistyczne, stają się punktem odniesienia dla młodzieży, która dopiero kształtuje swoją tożsamość i nie dysponuje jeszcze ugruntowaną strukturą Ja. Prowadzi to do zwiększonego ryzyka internalizacji norm kulturowych, czyli przyjmowania tych ideałów jako własnych celów i standardów oceny siebie (Szpitalak, Polczyk, 2015).

Media społecznościowe, takie jak Instagram, TikTok, Snapchat czy YouTube, intensyfikują ten proces poprzez nieustanne eksponowanie „idealnych” wizerunków oraz możliwości porównywania się z innymi. Adolescenci nie tylko obserwują atrakcyjne osoby, ale też sami stają się uczestnikami rynku wizerunku – publikują zdjęcia, dbają o swój profil, monitorują liczbę polubień i komentarzy. Jak zauważa Peret-Drażewska, dla wielu młodych osób liczba reakcji w mediach społecznościowych staje się miernikiem ich wartości, a krytyka lub brak uwagi może prowadzić do spadku nastroju i obniżenia samooceny (Peret-Drażewska, 2021).

Presja społeczna związana z wyglądem może przyjmować również bardziej bezpośrednie formy – komentarze ze strony rówieśników, oczekiwania rodziców czy nauczycieli, a nawet działania reklam i influencerów, którzy promują określone produkty jako ścieżkę do osiągnięcia „idealnego” wyglądu. Te przekazy kształtują przekonanie, że atrakcyjność fizyczna jest warunkiem sukcesu społecznego, akceptacji i szczęścia. Taki sposób myślenia bywa szczególnie niebezpieczny dla młodzieży o niestabilnej samoocenie lub doświadczeniach odrzucenia społecznego (Szpitalak, Polczyk, 2015).

Warto zaznaczyć, że media i kultura nie tylko promują konkretne wzorce, ale także wykluczają – osoby o innej sylwetce, kolorze skóry, orientacji seksualnej czy stylu życia często nie znajdują reprezentacji w przestrzeni medialnej. Brak identyfikacji z obowiązującym ideałem może pogłębiać poczucie „odstawiania”, prowadząc do alienacji i niskiego poczucia własnej wartości (Obuchowska, 1996).

Jednocześnie, media mogą pełnić funkcję edukacyjną i wspierającą – pod warunkiem, że promują różnorodność ciał, postawy akceptacji siebie, rzetelne informacje na temat zdrowia i emocji. Kampanie społeczne i profile szerzące przekaz „body positivity” oraz „self-love” mogą stanowić przeciwwagę dla presji idealizacji i wzmacniać pozytywny obraz siebie u nastolatków. Rola edukatorów, rodziców i psychologów polega więc nie tylko na



ograniczaniu negatywnego wpływu mediów, ale także na rozwijaniu krytycznego myślenia, dystansu wobec medialnych treści i budowaniu zdrowego stosunku do własnego ciała (Peret-Drażewska, 2021).

W kontekście kulturowym nie bez znaczenia pozostają też zmienne społeczne – takie jak płeć, status ekonomiczny, przynależność etniczna i religijna. Badania pokazują, że presja wyglądu częściej dotyka dziewcząt, ale rośnie także wśród chłopców, którzy coraz częściej doświadczają niezadowolenia z ciała związanego z brakiem umięśnienia lub wzrostu. Co więcej, osoby pochodzące z mniejszości kulturowych mogą doświadczać konfliktów tożsamości wynikających z niezgodności między przekazami rodzinnymi a standardami dominującymi w mediach (Brzezińska, 2000).

Podsumowując, wpływ mediów i kultury w okresie dorastania ma ogromne znaczenie dla kształtowania obrazu siebie i samooceny. Im silniejsza jest internalizacja nierealistycznych wzorców, tym większe ryzyko rozwoju negatywnego obrazu ciała, niskiej samooceny oraz zaburzeń psychicznych, takich jak depresja, lęk społeczny czy zaburzenia odżywiania. Jednocześnie istnieją zasoby chroniące – edukacja medialna, pozytywne wzorce, wsparcie społeczne – które mogą wzmacniać odporność młodych ludzi na tę presję i pomagać im w budowaniu bardziej realistycznego, akceptującego obrazu siebie.

1.4. Zaburzenia obrazu ciała – klasyfikacje, przyczyny i konsekwencje psychologiczne

Zaburzenia obrazu ciała stanowią istotny element w obrazie klinicznym wielu współczesnych zaburzeń psychicznych. Odnoszą się one do negatywnego, zniekształconego lub obsesyjnego postrzegania własnego ciała, jego rozmiarów, kształtu, proporcji czy estetyki. Obraz ciała nie jest wyłącznie percepcyjną reprezentacją fizycznej formy człowieka, lecz stanowi złożoną konstrukcję poznawczo-emocjonalną, ukształtowaną przez czynniki indywidualne, społeczne i kulturowe (Nitsch, Prajs, Kurpisz, Tyburski, 2012). Zaburzenia te mogą występować jako objaw współtowarzyszący w wielu jednostkach psychopatologicznych, takich jak zaburzenia odżywiania się, zaburzenia osobowości, zaburzenia depresyjne czy cielesne zaburzenie dysmorficzne.

Zaburzenia obrazu ciała często mają charakter spektrum – od łagodnego niezadowolenia z wyglądu aż po poważne zaburzenia psychiczne upośledzające funkcjonowanie jednostki w życiu społecznym, zawodowym i emocjonalnym. Granica między subiektywnym krytycyzmem wobec ciała a patologicznym zaburzeniem może być trudna do jednoznacznego określenia. Za wartość graniczną sugerującą obecność zaburzenia uznaje się między innymi poświęcanie ponad godziny dziennie na myślenie o swoim wyglądzie (Ross, Gowers, 2011).



Pomimo istotnego wpływu na jakość życia i zdrowie psychiczne, zaburzenia obrazu ciała są nadal zbyt rzadko rozpoznawane w praktyce klinicznej. Dotyczy to szczególnie pacjentów hospitalizowanych psychiatrycznie, którzy często nie zgłaszają spontanicznie tego typu problemów z powodu wstydu lub braku zrozumienia, że ich cierpienie ma charakter psychopatologiczny (Ross, Gowers, 2011).

1.4.1. Klasyfikacje zaburzeń obrazu ciała

Klasyfikacja zaburzeń obrazu ciała w systemach diagnostycznych była i nadal pozostaje przedmiotem dyskusji. Pomimo rosnącej świadomości znaczenia tych zaburzeń dla funkcjonowania psychicznego jednostki, ich miejsce w oficjalnych klasyfikacjach nosi znamiona tymczasowości i braku jednoznaczności. Zarówno w systemie DSM (Amerykańskiego Towarzystwa Psychiatrycznego), jak i ICD (Światowej Organizacji Zdrowia), przyjęto różne ujęcia cielesnego zaburzenia dysmorficznego.

W klasyfikacji DSM-IV zaburzenie obrazu ciała zostało opisane jako „nadmierne pochłonięcie wyobrażonym defektem wyglądu” (Ross, Gowers, 2011). Do rozpoznania konieczne jest nie tylko występowanie obsesyjnego skupienia na domniemanym mankamencie urody, ale także obecność upośledzenia w zakresie funkcjonowania społecznego lub zawodowego. W pierwotnej wersji DSM-III zaburzenie to zaliczono do grupy „atypowych zaburzeń pod postacią somatyczną”, jednak już w kolejnej rewizji (DSM-III-R) wydzielono je jako odrębną jednostkę diagnostyczną, rozróżniającą podtyp urojeniowy i nieurojeniowy (Ross, Gowers, 2011). W DSM-IV urojeniowe przekonania zaczęto kodować oddzielnie jako zaburzenia urojeniowe o typie somatycznym.

Z kolei w ICD-10 zaburzenie to klasyfikuje się jako zaburzenie hipochondryczne (kod F45.2), co budzi zastrzeżenia badaczy ze względu na odmienną charakterystykę kliniczną i patomechanizmy obu jednostek (Ross, Gowers, 2011). W odróżnieniu od DSM, ICD nie wymaga wykazania zakłóceń w funkcjonowaniu społecznym lub zawodowym, kładąc natomiast większy nacisk na współwystępowanie zaburzeń depresyjnych i lękowych.

Porównanie obu klasyfikacji ukazuje zasadnicze różnice w podejściu do diagnozowania. DSM kładzie nacisk na funkcjonalne konsekwencje objawów, podczas gdy ICD skupia się na uporczywości zaburzenia oraz jego związku z innymi jednostkami psychopatologicznymi. Ponadto, w obu systemach wyklucza się obecnie postacie urojeniowe z ram zaburzenia obrazu ciała jako takiego, co w praktyce klinicznej może prowadzić do

rozdzielnego traktowania przypadków o różnym nasileniu psychotycznych przekonań (Ross, Gowers, 2011).

Istnieją również propozycje traktowania zaburzeń obrazu ciała jako części spektrum zaburzeń obsesyjno-kompulsyjnych. Wspólnymi cechami dla BDD i OCD są natrętne, obsesyjne myśli oraz kompulsyjne rytuały mające na celu redukcję lęku (np. przeglądanie się w lustrze, unikanie zdjęć, porównywanie z innymi) (Ross, Gowers, 2011). Jednakże różnice w zakresie reakcji emocjonalnej, wglądu i nasilenia objawów depresyjnych sprawiają, że niektórzy badacze postulują uznanie BDD za osobną kategorię kliniczną. Przykładowo, depresję rozpoznaje się u około 80–90% osób z BDD, a tylko u 30% pacjentów z OCD (Ross, Gowers, 2011).

Dyskusyjna pozostaje również zasadność rozróżniania form urojeniowych i nieurojeniowych. Badania Phillipsa i współpracowników wykazały, że osoby z urojeniowym i nieurojeniowym wariantem nie różnią się istotnie pod względem cech demograficznych, przebiegu choroby czy odpowiedzi na leczenie, co sugeruje, że postać urojeniowa może stanowić bardziej nasilony wariant tego samego zaburzenia (Ross, Gowers, 2011).

Pomimo różnic systemowych, wspólnym elementem obu klasyfikacji pozostaje uznanie nadmiernego pochłonięcia kwestią wyglądu za główną cechę diagnostyczną. Problem ten nie tylko zakłóca funkcjonowanie jednostki, ale też często bywa powodem cierpienia, które nie znajduje adekwatnego rozpoznania ze względu na ograniczenia istniejących klasyfikacji i niewystarczające kompetencje diagnostyczne w zakresie zaburzeń związanych z postrzeganiem ciała.

1.4.2. Przyczyny zaburzeń obrazu ciała

Etiologia zaburzeń obrazu ciała ma charakter wieloczynnikowy, obejmując zarówno predyspozycje biologiczne, jak i czynniki psychologiczne, społeczne oraz kulturowe. Zaburzenie to nie jest efektem jednego, izolowanego mechanizmu, lecz wynika ze złożonych interakcji między funkcjonowaniem jednostki a jej otoczeniem.

1. Czynniki biologiczne i neuropsychologiczne

W badaniach nad cielesnym zaburzeniem dysmorficznym sugeruje się możliwe podłoże neurobiologiczne, m.in. zaburzenia w funkcjonowaniu obszarów odpowiedzialnych za percepcję wzrokową i emocjonalną. Wskazuje się także na pokrewieństwa z zaburzeniami obsesyjno-kompulsyjnymi – zarówno pod względem objawów, jak i skuteczności leczenia farmakologicznego, w tym stosowania selektywnych inhibitorów zwrotnego wychwytu



serotoniny (Ross, Gowers, 2011). Zbliżone do OCD są też rytualne, kompulsyjne zachowania, takie jak przeglądanie się w lustrze czy wielokrotne poprawianie wyglądu.

Różnice między BDD a OCD dotyczą jednak kilku kluczowych aspektów: u osób z BDD częściej występują objawy depresyjne, myśli samobójcze oraz silne poczucie wstydu, winy i obrzydzenia wobec siebie (Ross, Gowers, 2011). Ponadto w BDD nie obserwuje się ulgi po wykonaniu rytuałów, co różni ten stan od klasycznych kompulsji w OCD.

2. Czynniki poznawcze i emocjonalne

Jednym z najważniejszych mechanizmów poznawczych leżących u podstaw zaburzeń obrazu ciała jest tendencyjne, zniekształcone przetwarzanie informacji związanych z wyglądem. Osoby dotknięte tym zaburzeniem przejawiają sztywne przekonania dotyczące własnego ciała, selektywną uwagę na rzekome defekty oraz wyolbrzymiają negatywne bodźce przy jednoczesnym pomijaniu pozytywnych (Nitsch, Prajs, Kurpisz, Tyburski, 2012). Często towarzyszy temu sztywność poznawcza i niska tolerancja na niepewność, prowadzące do utrwalania negatywnego obrazu siebie.

Komponent emocjonalny obejmuje silne przeżywanie lęku, wstydu i obrzydzenia wobec własnego ciała, co może skutkować zachowaniami unikowymi i izolacją społeczną. Emocje te nie tylko wzmacniają błędy poznawcze, ale także pełnią funkcję regulatora zachowań – np. uruchamiają kompensacyjne strategie radzenia sobie, takie jak rygorystyczne diety czy nadużywanie zabiegów kosmetycznych (Nitsch i in., 2012).

3. Czynniki rozwojowe i psychodynamiczne

Znaczącą rolę w powstawaniu zaburzeń obrazu ciała odgrywają wczesne doświadczenia rozwojowe, w tym jakość relacji z opiekunami i sposób, w jaki dziecko nabywa poczucie tożsamości cielesnej. Autorzy podkreślają znaczenie deficytów w zakresie ja cielesnego – struktury psychicznej, która odpowiada za spójne i bezpieczne przeżywanie własnej cielesności. Jej rozwój zależy w dużej mierze od doświadczeń afektywnych i sensorycznych w relacjach z opiekunem w okresie wczesnodziecięcym (Nitsch i in., 2012).

Brak fizycznej czułości, doświadczenia nadmiernej kontroli lub nieprzewidywalności ze strony opiekunów może skutkować zaburzeniem percepcji granic ciała, jego funkcji i wartości. Taka słaba organizacja psychiczna może prowadzić do psychicznej dezintegracji i podatności na zaburzenia tożsamości (Nitsch i in., 2012). W skrajnych przypadkach pojawia się wyobcowanie cielesne i samouszkodzenia – forma „walki z ciałem”, jak określają to pacjentki z zaburzeniami odżywiania i borderline.

4. Czynniki społeczne i kulturowe

Współczesna kultura zachodnia promuje nierealistyczny ideał szczupłości i fizycznej doskonałości, który jest internalizowany już we wczesnym okresie życia. Szczególnie narażone na jego wpływ są kobiety, u których presja estetyczna prowadzi do chronicznego niezadowolenia z ciała. Zjawisko to jest szczególnie widoczne w kontekście zaburzeń odżywiania – anoreksji i bulimii – gdzie wygląd ciała staje się podstawowym źródłem samooceny (Nitsch i in., 2012).

Stice zauważa, że wewnętrzne przyswojenie ideału szczupłej sylwetki wiąże się ze zwiększonym zaangażowaniem w wygląd, przecenianiem jego znaczenia i częstym zniekształcaniem jego realnych parametrów. Mechanizmy te są szczególnie nasilone u osób z bulimią, które często postrzegają własne ciało w sposób znacznie bardziej negatywny niż osoby zdrowe (Nitsch i in., 2012).

1.4.3. Przyczyny zaburzeń obrazu ciała

Zaburzenia obrazu ciała mają rozległe konsekwencje dla funkcjonowania psychicznego, społecznego oraz zawodowego jednostki. Utrwalone negatywne przekonania na temat własnego ciała prowadzą do znaczącego cierpienia emocjonalnego, zakłóceń relacji interpersonalnych oraz pogorszenia jakości życia. W skrajnych przypadkach mogą prowadzić do zachowań autodestrukcyjnych i prób samobójczych.

1. Objawy psychopatologiczne

Obraz kliniczny zaburzeń obrazu ciała jest złożony i obejmuje zarówno objawy poznawcze, emocjonalne, jak i behawioralne. Do najczęściej występujących należą: obsesyjne myśli dotyczące wyglądu, urojeniowe przekonania o defektach fizycznych, stany depresyjne, lęk społeczny, napady lęku panicznego oraz myśli samobójcze (Ross, Gowers, 2011). Pojawia się również przewlekłe obniżona samoocena oraz wycofanie z życia społecznego, co może skutkować trwałą izolacją.

Znaczącym objawem są także kompulsyjne zachowania, których celem jest kontrolowanie, ukrywanie lub kompensowanie rzekomych defektów wyglądu. Należą do nich: częste przeglądanie się w lustrze, unikanie własnego odbicia, nadmierna troska o higienę i wygląd, stosowanie diet i zabiegów estetycznych, a nawet wielokrotne podejmowanie interwencji chirurgicznych (Ross, Gowers, 2011). Mimo wykonywania tych rytuałów osoby dotknięte zaburzeniem nie odczuwają ulgi – przeciwnie, ich poziom napięcia często wzrasta.

2. Dysfunkcje społeczne i zawodowe

Osoby z zaburzeniem obrazu ciała często unikają sytuacji społecznych z powodu przekonania, że inni negatywnie oceniają ich wygląd. Prowadzi to do wycofania z relacji interpersonalnych, samotności oraz trudności w nawiązywaniu i utrzymywaniu bliskich więzi (Ross, Gowers, 2011). W skrajnych przypadkach osoby takie nie wychodzą z domu w ciągu dnia, unikają światła, ludzi i wydarzeń społecznych. Poczucie wstydu i niższości wpływa także na ograniczenie ekspresji niewerbalnej, co dodatkowo utrudnia komunikację z otoczeniem.

Zaburzenia te przekładają się również na funkcjonowanie zawodowe i edukacyjne. U wielu pacjentów obserwuje się trudności z koncentracją, spadek efektywności w pracy lub nauce, a nawet całkowite wycofanie się z aktywności zawodowej. U młodych osób pojawiają się absencje szkolne, trudności w utrzymywaniu wyników nauczania oraz zaburzenia rytmu dnia i nocy (Ross, Gowers, 2011).

3. Zachowania autodestrukcyjne

Część pacjentów z zaburzeniami obrazu ciała podejmuje zachowania samouszkodzające, w tym cięcia, oparzenia czy drapanie skóry, szczególnie w obszarach uznanych przez nich za zdeformowane. Zachowania te pełnią funkcję regulacyjną – są próbą rozładowania napięcia, poczucia bezsilności oraz wyrażenia wrogości wobec własnego ciała (Nitsch, Prajs, Kurpisz, Tyburski, 2012).

Badania wskazują, że osoby z tym zaburzeniem rzadko informują lekarzy o swoich objawach, co utrudnia diagnozę i zwiększa ryzyko samobójstw. W badaniach przeprowadzonych wśród hospitalizowanych pacjentów psychiatrycznych aż 16% spełniało kryteria BDD, ale tylko nieliczni sami zgłaszali objawy – większość tłumaczyła to wstydem i brakiem zaufania (Ross, Gowers, 2011).

4. Związek z innymi zaburzeniami psychicznymi

Zaburzenia obrazu ciała często współwystępują z innymi jednostkami psychopatologicznymi, takimi jak zaburzenia depresyjne, zaburzenia lękowe (w tym fobia społeczna), OCD oraz zaburzenia odżywiania (Ross, Gowers, 2011). W przypadku anoreksji i bulimii obraz ciała stanowi centralny element patologicznego funkcjonowania – decyduje o samoocenie i jest głównym motywatorem zachowań kompensacyjnych (Nitsch i in., 2012).

Obserwuje się także związek między wyolbrzymianiem defektów ciała a zniekształceniem obrazu Ja – osoby dotknięte tym zaburzeniem nie tylko negatywnie postrzegają swoje ciało, ale również całościowo oceniają siebie jako nieakceptowalne, niegodne relacji i miłości (Nitsch i in., 2012).



Reasumując, zaburzenia obrazu ciała to złożone zjawisko psychopatologiczne, które może znacząco wpływać na funkcjonowanie jednostki. Mimo rosnącej świadomości ich obecności w wielu zaburzeniach psychicznych, pozostają one często nierozpoznane. W ich genezie kluczowe znaczenie mają czynniki poznawcze, emocjonalne, rozwojowe oraz kulturowe. Skutki tych zaburzeń obejmują nie tylko cierpienie psychiczne, lecz także problemy społeczne, zawodowe i ryzyko zachowań autodestrukcyjnych. Lepsze zrozumienie tych mechanizmów sprzyja skuteczniejszej diagnozie i terapii.

1.5. Przegląd wybranych badań dotyczących obrazu ciała i samooceny wśród młodzieży

Okres adolescencji to czas intensywnych przemian biologicznych i psychospołecznych, w którym młody człowiek kształtuje tożsamość, zarówno w wymiarze intrapsychoicznym, jak i społecznym. Jednym z kluczowych komponentów tego procesu jest rozwój obrazu własnego ciała, który w tym wieku nabiera szczególnego znaczenia. Zgodnie z ujęciem psychologicznym obraz ciała nie jest jedynie odbiciem fizycznej formy jednostki, lecz stanowi złożoną strukturę poznawczo-emocjonalną, będącą efektem interpretacji doznań cielesnych, społecznych ocen i wewnętrznych przekonań (Nitsch, Prajs, Kurpisz, Tyburski, 2012). W kontekście dorastania, ciało staje się obszarem intensywnych emocji, porównań i ocen, co czyni je szczególnie podatnym na wpływy zewnętrzne, w tym kulturowe i medialne.

Wśród czynników szczególnie istotnych dla kształtowania samooceny cielesnej młodzieży wymienia się relacje z otoczeniem społecznym oraz oddziaływanie mediów. Jak podkreślają Biernat i Bąk-Sosnowska, jakość samooceny w okresie dorastania zależy nie tylko od biologicznych cech jednostki, ale również od jej doświadczeń życiowych i sposobu, w jaki odbierana jest przez najbliższe otoczenie (Biernat, Bąk-Sosnowska, 2021). Badania Parkera i Bensona wskazują, że wsparcie emocjonalne ze strony rodziców istotnie wiąże się z pozytywnym obrazem siebie, natomiast brak tego wsparcia koreluje z większym nasileniem objawów lęku i depresji (Biernat, Bąk-Sosnowska, 2021). Z kolei Leible i Thompson wykazali, że młodzież o silnych relacjach z rówieśnikami i rodziną cechuje się lepszym przystosowaniem społecznym i wyższą samooceną, natomiast osoby o słabszych więziach wykazują większe trudności emocjonalne i niższy poziom zadowolenia z siebie.

Z perspektywy psychologicznej istotnym zjawiskiem towarzyszącym rozwojowi obrazu ciała w adolescencji jest tzw. rozbieżność Ja, opisana w koncepcji Higginsa – im większa przepaść między obrazem Ja-realnego (jak postrzegam siebie), a Ja-idealnym (jak chciałabym wyglądać), tym silniejsze mogą być objawy frustracji, wstydu i lęku (Gajtkowska, 2013). Tę rozbieżność pogłębiają zwłaszcza media, które przekazują jednostronny, zhierarchizowany



obraz kobiecego ciała. Dziewczęta funkcjonujące w obszarze Ja-idealnego mają tendencję do ignorowania sygnałów płynących z własnego ciała i uzależniania wartości siebie od zewnętrznego wyglądu (Izydorczyk, Rybicka-Klimczyk, 2010, za: Biernat, Bąk-Sosnowska, 2021).

Wyniki badań wskazują, że już we wczesnej adolescencji dziewczęta wykazują skłonność do negatywnej oceny swojego wyglądu. Według danych WHO, aż 27% dziewcząt w wieku 11 lat uważa, że są zbyt grube, natomiast w wieku 15 lat odsetek ten wzrasta do 40%, co znacznie przewyższa wyniki dotyczące chłopców (Biernat, Bąk-Sosnowska, 2021). Dane te wskazują nie tylko na wzrastające niezadowolenie z ciała wraz z wiekiem, ale również na silnie zróżnicowane postrzeganie cielesności w zależności od płci. Chłopcy częściej dążą do sylwetki umięśnionej, kojarzonej ze sprawnością, natomiast dziewczęta – do szczupłości utożsamianej z atrakcyjnością (Nitsch i in., 2012).

Badania Mandal i współpracowników wykazały, że samo przeglądanie magazynów kobiecych przez adolescentki wiązało się z istotnym obniżeniem nastroju, szczególnie u dziewcząt w wieku 17 lat. Rezultaty te potwierdzają, że ekspozycja na wizerunki idealizowanych ciał kobiet nasila porównania społeczne i poczucie niedoskonałości (Biernat, Bąk-Sosnowska, 2021). Internalizacja przekazów medialnych skutkuje powstaniem błędnego koła: im większe niezadowolenie z ciała, tym silniejsza potrzeba jego „poprawy”, co często prowadzi do stosowania diet, nadużywania filtrów w mediach społecznościowych oraz podejmowania ryzykownych zachowań zdrowotnych.

Istotnym mechanizmem w tym kontekście jest internalizacja norm kulturowych, która – jak pokazują badania – występuje szczególnie silnie wśród nastolatek i młodych kobiet. W tej grupie obserwuje się największą rozbieżność między Ja-idealnym a Ja-realnym, co przekłada się na niską samoocenę i wzrost zachowań kompensacyjnych (Gajtkowska, 2013). Młode dziewczęta często uzależniają swoje poczucie wartości od zgodności z dominującym kanonem wyglądu, co skutkuje wzrostem zachowań nacechowanych perfekcjonizmem, autoobserwacją oraz presją do uzyskania społecznego uznania. Zamiast odwoływać się do wewnętrznych potrzeb, emocji czy możliwości, skupiają się na zewnętrznych atrybutach atrakcyjności, co stanowi podłoże dla problemów z tożsamością cielesną.

Te obserwacje wpisują się w szerszy kontekst teorii rozwoju psychospołecznego Eriksona, według której podstawowym zadaniem adolescencji jest ukształtowanie spójnej tożsamości. Jej zaburzenie – wynikające między innymi z niezadowolenia z własnego ciała – może skutkować rozwojem patologicznych wzorców radzenia sobie, izolacją, depresją, a także zaburzeniami odżywiania (Nitsch i in., 2012; Ross, Gowers, 2011). Dodatkowo adolescentki



cechujące się niską samooceną cielesną są bardziej podatne na wpływy środowiskowe, w tym szczególnie media społecznościowe, co czyni je bardziej wrażliwymi na negatywne konsekwencje porównań społecznych.

Literatura badawcza wskazuje jednoznacznie, że samoocena ciała wśród młodzieży – zwłaszcza dziewcząt – ulega znaczącym zakłóceniom w związku z presją otoczenia i przekazów medialnych. Obraz ciała jest nie tylko elementem tożsamości, ale także głównym nośnikiem samooceny, przez co jego zniekształcenia mogą skutkować pogorszeniem funkcjonowania psychicznego i społecznego. W obliczu powszechności mediów społecznościowych, w tym Instagrama, problem ten staje się szczególnie istotny dla zrozumienia mechanizmów kształtujących dobrostan psychiczny współczesnych nastolatków.



Rozdział 2. Media społecznościowe a psychospołeczne funkcjonowanie młodzieży

Drugi rozdział poświęcony zostanie analizie wpływu mediów społecznościowych na psychospołeczne funkcjonowanie młodzieży, ze szczególnym uwzględnieniem platformy Instagram jako środowiska interakcji społecznych i komunikacji cyfrowej. Media społecznościowe stanowią współcześnie istotne medium kształtujące procesy komunikacji, tożsamości oraz samooceny, szczególnie wśród osób w wieku rozwojowym. Rozdział rozpocznie się od omówienia roli mediów społecznościowych z perspektywy psychologii komunikacji, zwracając uwagę na specyfikę interakcji w środowisku cyfrowym oraz ich konsekwencje dla rozwoju psychospołecznego. Następnie zostaną przedstawione mechanizmy działania Instagrama, w tym algorytmy, estetyka oraz specyfika platformy jako medium wizualnego, co ma szczególne znaczenie dla percepcji własnego ciała. Istotnym elementem rozdziału będzie analiza zjawiska porównań społecznych w środowisku online oraz ich konsekwencji dla obrazu ciała i samooceny młodzieży. Podsumowaniem rozdziału będzie przegląd wybranych badań empirycznych ukazujących wpływ korzystania z Instagrama na psychologiczne i społeczne aspekty funkcjonowania nastolatków.

2.1. Media społecznościowe w perspektywie psychologii komunikacji i interakcji społecznych

Współczesne media społecznościowe odgrywają coraz bardziej istotną rolę w życiu codziennym, redefiniując sposoby komunikowania się i budowania relacji międzyludzkich. Ich funkcjonowanie nie ogranicza się jedynie do przekazywania treści – są one przestrzenią interakcji, autorefleksji, a nierzadko również kompensacji deficytów emocjonalnych. Psychologiczna perspektywa analizy tych zjawisk pozwala uchwycić złożone mechanizmy wpływu mediów społecznościowych na jednostkę i społeczeństwo.

2.1.1. Media społecznościowe jako środowisko komunikacyjne

Media społecznościowe, opierające się na technologii Web 2.0, umożliwiają tworzenie, publikowanie oraz wymianę treści generowanych przez użytkowników (Iwanowska, 2016). W odróżnieniu od tradycyjnych mediów masowych, które bazują na jednokierunkowym przekazie informacji, media społecznościowe tworzą dynamiczną przestrzeń interaktywnej wymiany, w której użytkownik pełni jednocześnie rolę nadawcy i odbiorcy komunikatu. Ten



nowy model komunikacji przyczynia się do przekształcenia relacji społecznych, zwiększając rolę indywidualnych użytkowników w procesie tworzenia treści i wpływu społecznego.

W kontekście psychologii komunikacji istotne znaczenie zyskuje pojęcie afektywnej komunikacji – opierającej się na wyrażaniu emocji, empatii oraz budowaniu więzi interpersonalnych. Przejście od komunikacji bezpośredniej do cyfrowej wiąże się jednak z ograniczeniem tradycyjnych form niewerbalnego przekazu, takich jak mimika, ton głosu czy dotyk, które odgrywają fundamentalną rolę w interpretacji emocji (Dąbrowska, 2019). Choć użytkownicy starają się kompensować te braki za pomocą emotikonów, reakcji czy krótkich komentarzy, to z perspektywy psychologii komunikacji interpersonalnej mechanizmy te okazują się często niewystarczające, co może utrudniać pełnowartościową wymianę emocjonalną.

Współczesne media społecznościowe – z Instagramem na czele – ewoluowały z prostych narzędzi komunikacji i rozrywki w złożone kanały wpływu społecznego oraz marketingowego. Jak zauważa Buczyńska-Pizoń (2018), platformy te odgrywają obecnie kluczową rolę w kształtowaniu tożsamości, budowaniu wizerunku i wpływaniu na decyzje oraz postawy użytkowników. Instagram jako medium o silnym charakterze wizualnym, staje się nie tylko przestrzenią autoprezentacji, ale również miejscem oddziaływania norm społecznych, marketingowych strategii i estetycznych trendów, które kształtują sposób postrzegania siebie i innych.

Treści publikowane przez influencerów, marki odzieżowe, kosmetyczne czy fitnessowe często operują narzędziami psychologicznego wpływu, promując określony – często nierealistyczny – wzorzec atrakcyjności fizycznej i stylu życia. W warunkach nasilonej presji społecznej na wygląd, nastolatki, znajdujące się w ważnym etapie rozwoju psychospołecznego, są wyjątkowo podatne na porównania społeczne. Konfrontacja z wyidealizowanymi wizerunkami obecnymi w mediach społecznościowych może prowadzić do obniżonej samooceny, zniekształconego obrazu własnego ciała, a w skrajnych przypadkach – do zaburzeń odżywiania czy depresji (Fardouly, Diedrichs, Vartanian, Halliwell, 2015; Perloff, 2014).

Chae (2017) podkreśla, że Instagram odgrywa znaczącą rolę w procesie internalizacji społecznych norm piękna, szczególnie wśród młodych użytkowniczek. Wizerunki publikowane przez influencerki oraz marki modowe stają się punktem odniesienia dla samooceny i postrzegania własnej atrakcyjności. Zjawisko to jest potęgowane przez fakt, że media społecznościowe – jak zauważa Buczyńska-Pizoń (2018) – coraz częściej służą nie tyle do nawiązywania kontaktów, co do prezentowania statusu społecznego, stylu życia i wyglądu. Personalizacja treści oraz emocjonalny charakter przekazu wzmacniają psychologiczny wpływ



komunikatów marketingowych, szczególnie na młode osoby wrażliwe na ocenę społeczną i porównania.

Wzrastająca konkurencja o uwagę użytkownika oraz dążenie firm do maksymalizacji zaangażowania skutkują coraz bardziej wyrafinowanymi strategiami marketingowymi. Przekazy oparte na estetyzacji, emocjonalności i kreowaniu potrzeb służą nie tylko sprzedaży produktów, lecz również kształtowaniu tożsamości i stylu życia odbiorców. W efekcie media społecznościowe przestają być neutralnym narzędziem komunikacji – stają się środowiskiem o dużym ładunku psychologicznym, które wpływa na postrzeganie siebie, relacje interpersonalne oraz kondycję psychiczną młodych użytkowników.

2.1.2. Interakcje społeczne w środowisku cyfrowym

Z psychologicznego punktu widzenia interakcje społeczne w mediach społecznościowych wpisują się w klasyfikację potrzeb Denisa McQuaila, obejmującą między innymi potrzeby przynależności, tożsamości, informacji oraz rozrywki (Iwanowska, 2016). Użytkownik wybiera media świadomie, dążąc do gratyfikacji wynikającej z realizacji tych potrzeb, co stanowi podstawę teorii korzystania i gratyfikacji. Media społecznościowe umożliwiają zatem zaspokojenie potrzeby kontaktu z innymi, wyrażenia siebie, zdobywania informacji oraz rozrywki, co sprzyja aktywności online, budowaniu relacji i poczucia przynależności do określonych grup (Turska-Kawa, 2013).

Jednak nadmierne korzystanie z mediów społecznościowych może mieć także negatywne konsekwencje. Pomimo deklarowanego poczucia „bycia połączonym”, osoby spędzające dużo czasu online częściej zgłaszają uczucie samotności i izolacji społecznej (Laskowska, 2023). Paradoks ten wynika z faktu, że choć interakcje cyfrowe pozwalają na utrzymywanie kontaktów, to ich jakość i głębia bywają ograniczone, a brak realnego, niewerbalnego wymiaru komunikacji może osłabiać więzi emocjonalne.

Perspektywa dzieci i młodzieży jest szczególnie istotna, o czym świadczą wyniki badań Instytutu Profilaktyki Zintegrowanej (IPZIN, 2021). Raport ten zwraca uwagę, że młodzi ludzie doświadczają deficytu bezpośrednich kontaktów rówieśniczych, co negatywnie wpływa na rozwój ich kompetencji społecznych, emocjonalnych oraz proces kształtowania tożsamości. Dzieci i młodzież często odczuwają brak przestrzeni do pełnego wyrażenia siebie i swoich emocji w realnym świecie, co powoduje poczucie niewysłuchania i izolacji, a cyfrowa komunikacja staje się próbą rekompensaty tych braków. Jednak ograniczenie kontaktów twarzą



w twarz hamuje rozwój umiejętności interpersonalnych, takich jak rozpoznawanie emocji czy empatia, co jest trudne do pełnej realizacji w środowisku online.

W tym kontekście ogromne znaczenie ma rola wsparcia ze strony rodziców, nauczycieli oraz rówieśników. Badania IPZIN wskazują, że uczniowie, którzy czują się słuchani i rozumiani przez dorosłych, lepiej radzą sobie z trudnościami związanymi z izolacją i ograniczeniem kontaktów. Z kolei brak bliskich relacji z rówieśnikami prowadzi do zwiększonego poczucia alienacji i samotności, co może pogłębiać problemy emocjonalne (Piwek, Joinson, 2016).

Wirtualne środowisko stwarza jednak także pewne możliwości. Media społecznościowe umożliwiają szybkie nawiązywanie kontaktów, dzielenie się emocjami i poszukiwanie własnej tożsamości niezależnie od miejsca zamieszkania. Ponadto, coraz częściej pojawiają się programy wsparcia i psychoedukacji dostępne online, które mogą wspomagać rozwój kompetencji społecznych i emocjonalnych, oferując przestrzeń do rozmowy i pomocy bez konieczności wychodzenia z domu. Mimo tych zalet, komunikacja cyfrowa nie jest pełnoprawnym substytutem kontaktu bezpośredniego. Brak przekazu niewerbalnego — mimiki, tonu głosu czy dotyku — utrudnia pełne zrozumienie emocji i intencji, co może prowadzić do powierzchowności relacji i pogłębiać izolację emocjonalną. Dodatkowo nadmierne korzystanie z internetu wiąże się z ryzykiem zaburzeń behawioralnych, takich jak problemy ze snem, trudności w koncentracji czy uzależnienie od technologii (Bigaj, 2023).

Oferując użytkownikom możliwość zaspokojenia potrzeby przynależności, tożsamości, informacji i rozrywki - media społecznościowe odpowiadają na istotne potrzeby społeczne. Jednak by interakcje w środowisku cyfrowym były wartościowe i wspierały rozwój psychospołeczny, muszą być uzupełniane realnymi kontaktami, wsparciem emocjonalnym oraz aktywnościami społecznymi offline. Istotne jest także zaangażowanie dorosłych – rodziców i nauczycieli – którzy mogą pomóc młodym ludziom radzić sobie z wyzwaniami cyfrowej rzeczywistości.

2.1.3. Media społecznościowe a tożsamość i samoocena

Proces budowania tożsamości jest szczególnie intensywny w okresie dorastania, a media społecznościowe odgrywają w nim dziś kluczową rolę. Jak zauważa Iwanowska (2016), młodzież aktywnie poszukuje swojej tożsamości między innymi poprzez autoprezentację online. Jednak ta tożsamość często zostaje wykreowana pod potrzeby grupy



rówieśniczej i oczekiwania społeczności internetowej, co niesie ryzyko utraty autentyczności i zniekształcenia obrazu własnej osoby.

W mediach społecznościowych użytkownicy często eksponują jedynie wyselekcjonowane, atrakcyjne fragmenty swojego życia, tworząc idealizowany wizerunek, który może znacznie odbiegać od rzeczywistości. Takie zachowania są szczególnie powszechne wśród młodych użytkowników, którzy pragną zyskać akceptację i uznanie w grupie rówieśniczej. Według badań Fundacji UNAWEZA, młodzi ludzie często przedstawiają nierealistyczny obraz siebie w mediach społecznościowych, co paradoksalnie może prowadzić do obniżenia samooceny i wzrostu problemów psychicznych (Fundacja UNAWEZA, 2023).

Dane i analizy zawarte w raportach zdrowia psychicznego jasno wskazują, że presja społeczna wywierana przez media społecznościowe wpływa negatywnie na poczucie własnej wartości dzieci i nastolatków. Na platformach takich jak Instagram czy TikTok obecne są silne wzorce wyglądu i stylu życia, które stają się standardem do naśladowania. Intensywne porównywanie się do wyidealizowanych wizerunków celebrytów i influencerów może prowadzić do pogorszenia samooceny, zwiększania poziomu lęku, a nawet depresji u młodych ludzi. Co więcej, media społecznościowe wpływają na samoocenę poprzez mechanizmy społeczne takie jak porównania społeczne oraz ocenę ze strony innych użytkowników w postaci polubień czy komentarzy. Dla nastolatków, którzy są wrażliwi na opinię rówieśników, negatywne reakcje lub ich brak może być źródłem frustracji i obniżenia poczucia własnej wartości (Ogonowska, 2021).

Media społecznościowe, mimo iż mogą być miejscem wsparcia i pozytywnych interakcji, często wzmacniają negatywne emocje i stres, zwłaszcza gdy użytkownicy czują presję, by stale utrzymywać atrakcyjny wizerunek. Stres związany z nieustannym monitoringiem własnego wyglądu i popularności w sieci prowadzi do obniżonego samopoczucia psychicznego i zwiększa ryzyko zaburzeń lękowych czy depresyjnych. Dlatego też, istotna jest umiejętność radzenia sobie z presją wizerunkową generowaną przez media społecznościowe. Edukacja emocjonalna i rozwijanie krytycznego podejścia do prezentowanych treści to konieczne narzędzia w walce z negatywnym wpływem social mediów na samoocenę. Wsparcie psychologiczne, rozwijanie świadomości własnej wartości niezależnej od opinii online oraz promowanie autentyczności pomagają młodym osobom budować zdrową tożsamość (Jarczyńska, 2021, s. 153–154).

Należy podkreślić, iż media społecznościowe mają ogromny wpływ na kształtowanie tożsamości i samooceny młodzieży. Z jednej strony umożliwiają wyrażanie siebie i poszukiwanie akceptacji, z drugiej – mogą prowadzić do utrwalania nierealistycznych



wzorców, obniżania poczucia własnej wartości oraz problemów ze zdrowiem psychicznym. Istotnym elementem edukacji staje się zatem rozwijanie kompetencji krytycznego myślenia wobec treści online oraz wzmocnienie wsparcia emocjonalnego i edukacji psychospołecznej wśród młodych użytkowników.

2.1.4. Przemiany relacji społecznych i psychologiczne konsekwencje korzystania z mediów społecznościowych

Rozwój mediów społecznościowych wywarł silny wpływ na sposób budowania relacji międzyludzkich, coraz częściej sprowadzając je do ulotnych, płytkich interakcji. Komunikacja prowadzona w przestrzeni wirtualnej wypiera bezpośrednie spotkania, co negatywnie oddziałuje na głębię więzi i zdolność do empatii. Kontakty online ograniczają się zazwyczaj do krótkich, schematycznych komunikatów, które nie są w stanie zastąpić bogactwa relacji opartej na bezpośrednim kontakcie i komunikacji niewerbalnej.

Już w latach 70. XX wieku Margaret Mead podkreślała, że tożsamość młodych ludzi kształtuje się w ścisłej zależności od warunków historycznych i poziomu rozwoju technologicznego społeczeństwa (Mead, 1978, s. 100). Współcześnie, wraz z gwałtownym postępem technologicznym, pogłębia się przepaść pokoleniowa, a młodzież coraz silniej zakorzenia się w rzeczywistości cyfrowej. W odróżnieniu od wcześniejszych pokoleń, młodzi ludzie stają się głównymi kreatorami własnych narracji w przestrzeni wirtualnej. Ich dorastanie i proces dojrzewania coraz częściej rozpatrywane są w kontekście treści, które sami tworzą i publikują w mediach cyfrowych (Eichhorn, 2019, s. 50).

Ponadto media społecznościowe sprzyjają powstawaniu relacji opartych na tzw. słabych więziach – kontaktach charakteryzujących się niskim poziomem zaangażowania emocjonalnego i ograniczoną głębią. Jak wskazuje Iwanowska (2016), choć tego typu relacje mogą być użyteczne w kontekście wymiany informacji i rozbudowywania sieci społecznych, ich dominacja odbywa się kosztem silnych, opartych na zaufaniu i autentyczności relacji, które wymagają czasu oraz bezpośredniej obecności. W rezultacie użytkownicy często mają szerokie grono znajomych online, lecz trudniej im budować trwałe i wartościowe więzi.

Zmiany te nie pozostają bez wpływu na kondycję psychiczną i emocjonalną. Powierzchniowość interakcji prowadzi do wzrostu poczucia osamotnienia oraz wyobcowania, a ograniczenie kontaktów twarzą w twarz wpływa negatywnie na rozwój kompetencji interpersonalnych – takich jak empatia, zdolność słuchania czy rozwiązywania konfliktów. Korzystanie z mediów społecznościowych niesie ze sobą zarówno korzyści, jak i zagrożenia. Ułatwiają one komunikację, ekspresję siebie czy dostęp do wsparcia, ale jednocześnie mogą



prowadzić do uzależnień, przeciążenia poznawczego, a nawet „wyobcowania w połączeniu”, czyli złudzenia bliskości pozbawionej realnego zaangażowania emocjonalnego.

Cyfrowa codzienność niesie ze sobą również presję ciągłego bycia online i reagowania na napływające bodźce. To z kolei zwiększa poziom stresu i obciążenia psychicznego, szczególnie u młodych użytkowników, których układ emocjonalny i tożsamość dopiero się kształtują. Objawy takie jak problemy z koncentracją, zaburzenia snu, obniżony nastrój czy trudności w regulacji emocji stają się coraz bardziej powszechne (Forum Pediatrii, 2023).

W obliczu tych wyzwań szczególnego znaczenia nabiera kształtowanie postaw krytycznego i świadomego korzystania z mediów społecznościowych. Kluczowe staje się promowanie higieny cyfrowej, rozwój umiejętności psychospołecznych oraz zapewnienie odpowiedniego wsparcia psychicznego – zwłaszcza dla dzieci i młodzieży, którzy są najbardziej podatni na negatywne skutki życia w cyfrowym świecie.

2.2. Instagram jako platforma wizualna – mechanizmy działania, estetyka, algorytmy i wpływ na percepcję siebie

Instagram to jedna z najbardziej charakterystycznych i wpływowych platform mediów społecznościowych, której funkcjonowanie opiera się niemal wyłącznie na treściach wizualnych – zdjęciach, grafikach oraz krótkich materiałach wideo. Od swojego debiutu w 2010 roku aplikacja ta przeszła dynamiczną ewolucję, stopniowo rozszerzając zakres funkcji i dostosowując się do oczekiwań rosnącej społeczności użytkowników. Wprowadzanie nowych narzędzi, takich jak Stories, Reels czy funkcje zakupowe, uczyniło z Instagrama nie tylko przestrzeń do dzielenia się codziennością, lecz także potężne narzędzie marketingowe oraz kanał autoprezentacji (Prograffing, 2023).

Estetyka i forma przekazu na Instagramie podlegają ściśle określonym normom wizualnym, co wpływa na sposób, w jaki użytkownicy konstruują swoje wizerunki. Dążenie do spójnego, estetycznego profilu często skutkuje prezentowaniem wyidealizowanego obrazu siebie i własnego życia. Platforma promuje treści atrakcyjne wizualnie, co zaostrza zjawisko porównań społecznych oraz wzmacnia presję dopasowania się do dominujących trendów (ContentHero, 2023).

Znaczącą rolę w tym procesie odgrywa algorytm, który faworyzuje treści generujące największe zaangażowanie – polubienia, komentarze czy udostępnienia – a tym samym premiuje materiały budzące emocje i odpowiadające na potrzeby szybkiej gratyfikacji. To sprawia, że użytkownicy coraz częściej tworzą treści pod kątem algorytmu, a nie rzeczywistej ekspresji siebie, co ma bezpośredni wpływ na kształtowanie się tożsamości w przestrzeni



cyfrowej. Instagram przestaje być jedynie narzędziem komunikacji, a staje się środowiskiem, w którym tożsamość jest konstruowana, wystawiana na pokaz i poddawana społecznej ocenie.

Jednym z ważniejszych mechanizmów funkcjonowania Instagrama jest natychmiastowość interakcji oraz wizualna forma przekazu. Użytkownicy mogą publikować zdjęcia i krótkie filmy, które następnie są oceniane przez innych poprzez system polubień, komentarzy i udostępnień. Charakterystyczna dla tej platformy jest jej natychmiastowa responsywność, która pozwala na bezpośredni feedback. Ta forma komunikacji oparta na obrazie zyskuje szczególne znaczenie w kontekście współczesnej kultury cyfrowej, gdzie tempo przepływu informacji jest ekstremalnie wysokie (Michalska, Moczyłowska, 2023, s. 159). Natychmiastowa reakcja odbiorcy nie tylko dostarcza emocjonalnej gratyfikacji, ale również stanowi element stałej kontroli społecznej, wpływając na to, jakie treści są publikowane. Użytkownicy uczą się reagować na zachowania swoich obserwatorów, co prowadzi do dynamicznej optymalizacji publikowanych materiałów w celu maksymalizacji zaangażowania.

Wprowadzenie funkcji Stories i Reels, które są dostępne tylko przez ograniczony czas, zintensyfikowało dynamikę platformy, zmuszając użytkowników do częstego powracania i aktywności. Stories, dostępne przez 24 godziny oraz krótkie, dynamiczne Reelsy odpowiadają na potrzebę konsumpcji treści w formie szybkiej i ulotnej. Tego typu treści wpisują się w logikę tzw. „ekonomii uwagi”, w której czas użytkownika staje się najcenniejszym zasobem, o który konkurują platformy cyfrowe. Jak zauważa Wańczyk (2020), architektura aplikacji – w tym jasna kolorystyka, automatyczne przewijanie oraz system powiadomień – została zaprojektowana w taki sposób, aby maksymalizować zaangażowanie i zatrzymać uwagę użytkownika jak najdłużej. Ten stan ciągłego przyciągania wzroku i interakcji wzmacniany jest przez psychologiczne mechanizmy uzależnienia, takie jak oczekiwanie nagrody w postaci „lajków”, komentarzy czy wiadomości zwrotnych, co może prowadzić do nieustannego sprawdzania aplikacji i uzależnienia behawioralnego. Mechanizm ten przypomina klasyczne warunkowanie operacyjne, w którym zmienna nagroda (np. nieprzewidywalna liczba polubień) wzmacnia zachowanie, a sama aplikacja staje się narzędziem regulującym emocje użytkownika i wzmacniającym jego nawyki cyfrowe.

Estetyka Instagrama to osobny wymiar jego funkcjonowania, który wykracza poza samą funkcję komunikacyjną platformy i przenosi się w sferę wizualnej reprezentacji oraz kulturowych norm piękna i stylu. Instagram wykreował bowiem unikalny styl wizualny, oparty na estetyzacji codzienności, homogeniczności przekazu oraz ścisłej selekcji treści pod kątem ich atrakcyjności wizualnej. Obrazy publikowane na platformie często podporządkowane są



rygorowi estetycznemu, który narzuca spójność kolorystyczną, dbałość o kompozycję oraz wykorzystanie filtrów i efektów zgodnych z aktualnymi trendami wizualnymi, takimi jak „clean aesthetic”, „boho minimalism” czy „dark academia”. Te estetyczne strategie prowadzą nie tylko do wizualnej ujednoliconości przekazów, lecz także do ustanowienia tzw. „estetycznej normy”, czyli dominującego kanonu tego, co uznawane jest za atrakcyjne, pożądane i godne publikacji (Wańczyk, 2020).

W kontekście tych uwarunkowań użytkownicy coraz częściej kreują tzw. estetyczne tożsamości cyfrowe. Oznacza to, że sposób, w jaki prezentują się na Instagramie — zarówno poprzez dobór treści, jak i styl wizualny profilu — staje się istotnym narzędziem autoekspresji oraz formą budowania wizerunku w przestrzeni cyfrowej. Profil na Instagramie nie jest już jedynie zbiorem przypadkowych zdjęć, lecz przemyślaną kompozycją, swoistą mozaiką reprezentującą określony styl życia, wartości i aspiracje jednostki. W tym sensie estetyka staje się nie tylko elementem odbioru treści, ale również formą narracji — osobistej, emocjonalnej i społecznej.

W praktyce oznacza to, że użytkownicy dokonują selekcji wydarzeń z życia codziennego nie na podstawie ich rzeczywistego znaczenia czy emocjonalnej wartości, lecz na podstawie ich potencjału wizualnego — tego, czy dane wydarzenie, miejsce, przedmiot lub moment dobrze zaprezentuje się w siatce profilu. To podporządkowanie narracji osobistej logice estetycznej atrakcyjności skutkuje nie tylko powierzchownością przekazu, ale także częściowym „upiększaniem” rzeczywistości. Zjawisko to wzmacnia performatywny charakter obecności w mediach społecznościowych, w której tożsamość staje się projektem wizualnym, a życie codzienne — materiałem do estetycznej obróbki.

W rezultacie Instagram nie tylko odzwierciedla rzeczywistość, ale ją kształtuje — promując określone style życia, normy estetyczne i formy ekspresji. Treści niepasujące do dominującego kanonu — zbyt surowe, chaotyczne, „nieestetyczne” — są marginalizowane, co może prowadzić do wykluczenia alternatywnych form tożsamości cyfrowej i ograniczenia autentyczności w prezentacji siebie. Jednostka, pragnąc pozostać widoczną i akceptowaną w cyfrowej przestrzeni, nierzadko internalizuje te normy, a w konsekwencji także przekształca własne doświadczenia, relacje i emocje w obrazy odpowiadające estetycznemu reżimowi platformy.

Algorytm Instagrama, oparty na mechanizmach sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego, pełni rolę niewidzialnego kuratora treści, który w sposób dynamiczny i zautomatyzowany decyduje o tym, jakie posty zostaną wyświetlone użytkownikowi na jego tablicy (Michalska, Moczydłowska, 2023, s. 163). Jego działanie opiera się na analizie szeregu



czynników — przede wszystkim poziomu zainteresowania daną treścią (mierzonego m.in. liczbą polubień, komentarzy, zapisów czy czasu spędzonego na danym poście), relacji użytkownika z autorem publikacji (np. częstotliwości interakcji) oraz aktualności danego wpisu. Algorytm ten nieustannie dostosowuje się do aktywności użytkownika, gromadząc dane na temat jego zachowań i preferencji, co pozwala na coraz bardziej zaawansowaną personalizację treści (por. naffy.io; prografting.pl).

Jednakże ta personalizacja, choć zwiększa zaangażowanie i komfort użytkownika, niesie również szereg konsekwencji, szczególnie w obszarze percepcji estetycznej. Algorytm, dostarczając głównie treści zgodnych z dotychczasowymi preferencjami użytkownika, prowadzi do powstania tzw. bańki estetycznej — zjawiska, w którym użytkownik otaczany jest obrazami utrzymanymi w określonym stylu, kolorystyce czy konwencji wizualnej. W efekcie, jego doświadczenie platformy staje się powtarzalne, jednowymiarowe i przewidywalne, co skutkuje zawężeniem pola percepcji estetycznej oraz homogenizacją doznań wizualnych (Wańczyk, 2020, s. 14).

Taka estetyczna izolacja może mieć wpływ na zdolność użytkowników do twórczego myślenia, otwartości na nowe formy wyrazu oraz zdolności do krytycznego odbioru treści wizualnych. Utrata różnorodności w zakresie prezentowanych obrazów sprzyja konformizmowi estetycznemu oraz powielaniu dominujących trendów, zamiast eksplorowania alternatywnych, niszowych czy niekonwencjonalnych stylów. Co więcej, algorytmiczne filtrowanie rzeczywistości może prowadzić do zatarcia granic między osobistym wyborem a algorytmiczną sugestią — użytkownik może nie być w pełni świadomy, że jego estetyczne preferencje są nie tyle wytworem autonomicznych decyzji, co efektem długotrwałego oddziaływania mechanizmów platformy.

W tym kontekście algorytm Instagrama staje się nie tylko technologicznym narzędziem organizacji treści, lecz także aktorem kulturowym, który wpływa na sposób, w jaki jednostki postrzegają świat, siebie samych oraz to, co uznają za piękne, wartościowe czy „godne pokazania”. Jego rola wykracza poza prostą selekcję treści — wpisuje się bowiem w szerszy proces kształtowania gustów, norm estetycznych i wzorców uczestnictwa w kulturze wizualnej.

Wpływ Instagrama na percepcję siebie użytkowników jest złożony i wielowymiarowy. Z jednej strony platforma oferuje narzędzia do kreowania pozytywnego wizerunku, umożliwiając promocję własnej osoby, marki czy działalności. Możliwość selektywnego wyboru tego, co i jak się publikuje, daje użytkownikom poczucie kontroli nad własnym wizerunkiem cyfrowym — często bardziej wyidealizowanym niż realna tożsamość. Tego



rodzaju cyfrowa autokreacja umożliwia prezentację siebie w sposób estetycznie atrakcyjny i społecznie pożądanym, co może sprzyjać podnoszeniu samooceny oraz poczuciu sprawczości.

Jednak druga strona tego procesu ujawnia się w konsekwencjach długotrwałej ekspozycji na przefiltrowane, często nierealistyczne obrazy innych użytkowników. Intensywne korzystanie z Instagrama, podobnie jak z innych mediów społecznościowych, może prowadzić do niekorzystnych efektów psychologicznych, takich jak zaniżona samoocena, porównania społeczne, lęk społeczny oraz FOMO (Fear of Missing Out). Jak zauważa Wańczyk (2020, s. 64), w wyniku tego rodzaju ekspozycji rozwija się tzw. „tożsamość filtrowana” — stan, w którym użytkownik utożsamia się bardziej z wykreowanym, cyfrowym wizerunkiem niż z własnym, autentycznym ja. Ten poznawczy dysonans bywa źródłem wewnętrznego konfliktu i emocjonalnego napięcia.

Wyniki badań zawartych w artykule Hańczuk i in. (2024) potwierdzają te obserwacje empirycznie. Aż 39,1% respondentów badania zadeklarowało, że w ostatnim czasie doświadczyło obniżenia samooceny, a ponad połowa z tej grupy (53,5%) przypisała ten efekt aktywnościom w mediach społecznościowych. Co istotne, 33,9% uczestników badania wskazało, że zdecydowanie doświadczyło negatywnych emocji (np. zazdrości czy smutku) w odpowiedzi na aktywność innych użytkowników. Jednocześnie ponad połowa respondentów przyznała, że przekaz z mediów społecznościowych ma znaczący wpływ na ich samopoczucie.

Mechanizm ten pogłębia się poprzez uzależnienie samooceny od liczby polubień, komentarzy i reakcji społecznych. Tworzy się wówczas swoisty „mechanizm nagradzający”, który sprawia, że użytkownicy nieustannie monitorują swoje publikacje w oczekiwaniu na aprobatę ze strony odbiorców, co z kolei może prowadzić do uzależnienia od pozytywnej informacji zwrotnej oraz pogłębiać lęk przed społecznym odrzuceniem.

Zjawisko to wyraźnie zaznacza się wśród kobiet, które — jak wskazują badania — częściej niż mężczyźni deklarują obniżenie samooceny w wyniku korzystania z mediów społecznościowych. Według danych przedstawionych przez Hańczuk i in. (2024), aż 47,4% kobiet doświadczyło obniżenia samooceny, podczas gdy wśród mężczyzn było to 20%.

Tym samym Instagram nie tylko umożliwia użytkownikom budowanie pozytywnego wizerunku, ale również może działać destabilizująco na psychikę — szczególnie w kontekście młodych osób, których tożsamość i samoocena są jeszcze w trakcie formowania. Wskazuje to na potrzebę edukacji medialnej oraz promowania bardziej autentycznych narracji wizualnych w przestrzeni cyfrowej, aby przeciwdziałać skutkom porównań społecznych, estetycznego konformizmu i cyfrowej alienacji.



2.3. Psychologiczne i społeczne skutki korzystania z Instagrama przez młodzież

Instagram jako medium o silnym charakterze wizualnym, pełni w życiu młodych ludzi nie tylko funkcję komunikacyjną, ale również socjalizującą i normotwórczą (Remedium, 2023). Dla wielu nastolatków i młodych dorosłych platforma ta staje się przestrzenią kształtowania tożsamości, uczenia się ról społecznych oraz definiowania własnej pozycji w grupie rówieśniczej. Proces ten często odbywa się w warunkach presji społecznej, cyfrowego nadzoru i rywalizacji o uwagę, co znacząco wpływa na rozwój emocjonalny i społeczny jednostki (Klimczyk, 2021).

Jednym z najistotniejszych mechanizmów psychospołecznych obserwowanych wśród młodzieży korzystającej z Instagrama jest internalizacja zasady ciągłej widoczności (Sygda, 2018). Oznacza to, że jednostka przyswaja sobie przekonanie o byciu permanentnie obserwowaną, ocenianą i wystawioną na spojrzenie innych — zarówno znajomych, jak i szeroko pojętej społeczności sieciowej. Ten stan ciągłego „bycia na widoku” tworzy rodzaj symbolicznego nadzoru społecznego, który ma swoje źródła w michelfoucaultowskiej koncepcji panoptyzmu. W praktyce przekłada się to na permanentną autoregulację zachowania, wyglądu oraz sposobu prezentacji.

Publikowane treści — zdjęcia, stories, rolki wideo — stają się nie tylko sposobem komunikacji, ale również formą zarządzania tożsamością i wizerunkiem w przestrzeni cyfrowej. W rzeczywistości nie są to spontaniczne ani przypadkowe przekazy — wręcz przeciwnie, ich tworzenie jest często poprzedzone wieloetapowym procesem selekcji, edycji oraz anticipowaną analizą potencjalnego odbioru (Czakiert, Kurek & Kołcz, 2022).

Młodzież uczy się zatem funkcjonowania w warunkach kultury performatywnej, gdzie każda publikacja staje się rodzajem wystąpienia przed widownią. Ten aspekt widoczny jest szczególnie w rosnącej dbałości o estetykę, „spójność feedu”, dobór filtrów czy kadrowanie, a także w analizowaniu momentu publikacji pod kątem maksymalizacji zasięgów i reakcji. Mechanizm ten niesie za sobą istotne konsekwencje społeczne. Przede wszystkim prowadzi do budowania samooceny na podstawie mierzalnych wskaźników reakcji społecznej, takich jak liczba polubień, komentarzy czy udostępnień (Czerski, 2017). W efekcie użytkownicy przyswajają sobie logikę cyfrowej walidacji, według której wartość jednostki staje się wprost proporcjonalna do widoczności i uznania w sieci (Surowiec, 2018).

Zjawisko to może przyczyniać się do wzrostu lęku przed odrzuceniem, zaniżonej samooceny, a także chronicznego napięcia związanego z koniecznością podtrzymywania pozytywnego obrazu siebie w oczach innych (Śliwak, 2017). Co więcej, młodzież nieustannie porównuje się z innymi użytkownikami, co może skutkować efektem społecznego porównania



(social comparison effect), który znacząco wpływa na percepcję własnego życia jako mniej atrakcyjnego czy gorszego.

W świecie Instagrama kluczowym zjawiskiem staje się uzależnienie od autoprezentacji — ciągłej potrzeby tworzenia i udoskonalania własnego wizerunku online. Młodzież zaczyna żyć w rytmie publikacji, reakcji i porównań, gdzie każdy aspekt codzienności może zostać przekształcony w potencjalny materiał do publikacji. Jak zauważa W. Czerski (2017), kompulsywne i niekontrolowane korzystanie z mediów społecznościowych prowadzi do pogorszenia koncentracji, obniżenia samopoczucia oraz utrudnień w relacjach interpersonalnych. Proces ten może przyjmować formę tzw. uzależnienia behawioralnego, które objawia się przymusem nieustannego sprawdzania powiadomień i natychmiastowej reakcji na bodźce płynące z aplikacji (Kožewnikow, 2022).

Równocześnie intensywne ekspozycja na wyidealizowane, estetyczne wizerunki kreowane przez użytkowników i influencerów prowadzi do zniekształcenia obrazu własnego ciała oraz życia codziennego. Jak podkreślają Surowiec, Wilczyńska, Orlof i Waszkiewicz (2018), młode osoby — szczególnie dziewczęta — są narażone na internalizację nierealistycznych wzorców urody i stylu życia, co wiąże się z pogorszeniem samooceny oraz zwiększonym ryzykiem zaburzeń odżywiania. Podobne wnioski płyną z badań prowadzących przez Śliwaka, Zarosińską, Wysocką, Partyka (2017), które wskazują na szczególną wrażliwość młodzieży na wpływ kulturowych ideałów szczupłości i atrakcyjności, promowanych na platformach takich jak Instagram.

Efekt ten potęgowany jest przez fakt, że Instagram premiuje estetykę i perfekcję — zarówno w warstwie wizualnej, jak i narracyjnej. Użytkownicy uczą się „estetyzowania życia” — tworzenia przekazu, który ma być nie tyle wierny rzeczywistości, co zgodny z obowiązującą konwencją popularności. W ten sposób codzienność przestaje być przeżywana autentycznie, a staje się projektem medialnym — zorientowanym na efekt i odbiór (Remedium, 2023). Współczesna młodzież funkcjonuje w warunkach intensywnej presji społecznej, która w środowisku Instagrama przybiera formę cyfrowego nadzoru i rywalizacji o uwagę (Babbie, 2002).

Nadmierne korzystanie z Instagrama, zwłaszcza wieczorem, negatywnie wpływa na jakość snu, co podkreślają Szczepanowska i Fiedler (2018). Emitowane przez ekrany światło niebieskie zaburza produkcję melatoniny, co prowadzi do problemów z zasypianiem i pogorszenia regeneracji nocnej. Konsekwencją jest obniżona koncentracja, spadek wyników w nauce oraz większa podatność na zaburzenia emocjonalne, takie jak drażliwość i stany lękowe (Klimczyk, 2021).



Na Instagramie szczególną rolę odgrywają influencerzy — osoby posiadające duże grono obserwujących, które mają znaczący wpływ na opinie, postawy i zachowania młodych użytkowników. Influencerzy kreują trendy, normy estetyczne oraz wzorce stylu życia, często promując idealizowany, wyretuszowany obraz rzeczywistości (Kozewnikow, 2022). Wpływ ten jest szczególnie silny dla młodzieży, która jest podatna na presję rówieśniczą i potrzebę akceptacji (Borowska-Beszta, Bartnikowska, Ćwirynkało, 2017).

Z jednej strony influencerzy mogą pełnić funkcję pozytywnych wzorców — motywować do rozwijania pasji, uczyć, promować zdrowy styl życia oraz postawy prospołeczne (Bukowska-Kania, Kaluba, 2019). Z drugiej strony presja związana z dążeniem do idealnego wyglądu, sukcesu i popularności, często idealizowanych w postach, może nasilać u młodych użytkowników uczucia niezadowolenia z siebie, obniżać samoocenę i zwiększać ryzyko problemów psychicznych (Surowiec, Wilczyńska, Orlof, Waszkiewicz, 2018).

Wpływ influencerów często wiąże się z internalizacją nierealistycznych wzorców piękna i stylu życia, co może prowadzić do zaburzeń odżywiania i innych problemów zdrowotnych (Śliwak, Zarosińska, Wysocka, Partyka, 2017). Dlatego też ważna jest edukacja młodzieży w zakresie krytycznej analizy przekazów medialnych oraz rozpoznawania mechanizmów marketingowych i manipulacji w mediach społecznościowych (Sygda, 2018).

W obliczu rosnącego wpływu mediów społecznościowych na życie młodzieży, edukacja medialna staje się niezbędnym elementem wspierającym ich zdrowy rozwój psychiczny i społeczny. Jak zauważają Borowska-Beszta, Bartnikowska i Ćwirynkało (2017), edukacja ta powinna koncentrować się nie tylko na uświadamianiu ryzyk związanych z korzystaniem z internetu, ale także na rozwijaniu umiejętności krytycznej analizy prezentowanych treści oraz strategii radzenia sobie z presją cyfrową.

Młodzi użytkownicy często nie posiadają wystarczających kompetencji do rozpoznawania manipulacji, co zwiększa ich podatność na uzależnienia behawioralne i negatywne wzorce zachowań (Sygda, 2018). Brak umiejętności krytycznego odbioru treści sprzyja także internalizacji nierealistycznych wzorców piękna i stylu życia, co może prowadzić do obniżonej samooceny i zaburzeń emocjonalnych (Surowiec, Wilczyńska, Orlof, Waszkiewicz, 2018).

Ważnym elementem edukacji medialnej jest rozwijanie świadomości dotyczącej specyfiki mediów społecznościowych, takich jak Instagram, gdzie treści są selektywnie prezentowane i często wyidealizowane (Jupowicz-Ginalska, Jasiewicz, Kisilowska, Baran, Wysocki, 2018). Edukacja powinna także uczyć młodzież zarządzania czasem spędzonym



online, radzenia sobie z presją FOMO oraz rozpoznawania symptomów uzależnienia od mediów społecznościowych (Kožewnikow, 2022).

Ponadto, w świetle badań Czakiert, Kurek i Kołcz (2022), edukacja ta powinna obejmować także aspekty zdrowia psychicznego, ze szczególnym uwzględnieniem zagrożeń wynikających z cyberprzemocy, odrzucenia społecznego czy ryzyka zachowań suicydalnych. Komunikacja między specjalistami, szkołami i rodzinami jest kluczowa, by stworzyć system wsparcia dla młodych użytkowników.

Podsumowując, edukacja medialna i rozwój kompetencji cyfrowych to fundament, który pozwala młodzieży korzystać z mediów społecznościowych w sposób świadomy i bezpieczny. To także narzędzie przeciwdziałające wielu negatywnym skutkom związanym z intensywnym korzystaniem z Instagrama, takim jak obniżona samoocena, zaburzenia snu czy problemy emocjonalne.

2.4. Zjawisko porównań społecznych online – modele teoretyczne i konsekwencje dla obrazu ciała

W dobie cyfrowej obecność w mediach społecznościowych stała się integralną częścią życia młodych ludzi. Jednym z istotnych psychologicznych zjawisk zachodzących w tym środowisku są porównania społeczne online, które mają istotny wpływ na kształtowanie się obrazu własnego ciała.

Zjawisko porównań społecznych zostało po raz pierwszy systematycznie opisane przez Leona Festingera (1954) w jego klasycznej teorii porównań społecznych, która do dziś stanowi fundament dla badań nad samooceną, tożsamością oraz funkcjonowaniem jednostki w kontekście społecznym. Festinger zakładał, że ludzie posiadają wrodzoną potrzebę oceny własnych umiejętności, opinii i cech, a w sytuacjach braku obiektywnych standardów, dokonują tego poprzez porównania z innymi osobami. Te porównania nie są przypadkowe – zazwyczaj wybieramy osoby, które postrzegamy jako podobne do nas samych, gdyż umożliwia to trafniejszą i bardziej wiarygodną ocenę (Festinger, 1954). W sytuacjach społecznych teoria ta pełni funkcję adaptacyjną – pomaga jednostce określić swoje miejsce w hierarchii społecznej, wzmocnić poczucie przynależności oraz zredukować niepewność poznawczą. Szczególnego znaczenia teoria ta nabiera we współczesnym kontekście cyfrowym, gdzie normy i standardy społeczne są kreowane i wzmacniane za pośrednictwem mediów społecznościowych. Platformy takie jak Instagram, TikTok czy Facebook dostarczają nieustannego strumienia informacji na temat życia innych ludzi, co sprawia, że mechanizm porównań społecznych staje się bardziej intensywny, a jego skutki – bardziej odczuwalne.



Rozwinięciem klasycznej teorii Festingera jest model porównań społecznych w górę i w dół zaproponowany przez Willsa (1981), który wprowadza rozróżnienie między dwoma kierunkami porównań. Porównania w górę (upward comparisons) odnoszą się do sytuacji, w których jednostka zestawia siebie z osobami postrzeganymi jako lepsze, bardziej kompetentne lub atrakcyjne. Tego typu odniesienia mogą działać mobilizująco, zachęcając do rozwoju i poprawy własnych wyników, ale jednocześnie – szczególnie w przypadku dużych dysproporcji – niosą ryzyko spadku samooceny, poczucia niższości oraz emocji negatywnych, takich jak zazdrość czy frustracja (Wills, 1981). Z kolei porównania w dół (downward comparisons), czyli odniesienia do osób ocenianych jako mniej udane, słabsze lub mniej atrakcyjne, mogą pełnić funkcję ochronną wobec poczucia własnej wartości – poprawiając nastrój, wzmacniając samoocenę i poczucie sprawczości. W kontekście mediów społecznościowych występowanie porównań w dół jest jednak znacznie rzadsze. Algorytmy platform cyfrowych oraz strategie autoprezentacyjne użytkowników sprawiają, że treści udostępniane w sieci są w przeważającej mierze pozytywne, estetycznie przetworzone i pokazujące sukcesy, urodę lub luksusowy styl życia. W rezultacie użytkownicy mediów społecznościowych są znacznie częściej wystawieni na porównania w górę, które – zamiast motywować – prowadzą do chronicznego niezadowolenia z siebie i nasilają objawy psychicznego dyskomfortu, zwłaszcza wśród osób młodych (Kalemba, 2023). Mechanizm ten może być dodatkowo wzmocniony przez nieświadomą i automatyczną naturę takich porównań – użytkownik nie musi nawet intencjonalnie analizować treści, by odczuć pogorszenie nastroju lub obniżenie samooceny na skutek ekspozycji na idealizowane wizerunki.

Kolejnym istotnym podejściem wyjaśniającym psychologiczne konsekwencje porównań społecznych, szczególnie w odniesieniu do ciała i wyglądu zewnętrznego, jest teoria obiektywizacji ciała opracowana przez Fredrickson i Roberts (1997). Zgodnie z jej założeniami, kobiety – znacznie częściej niż mężczyźni – poddawane są społecznemu procesowi obiektywizacji, w którym ich ciało traktowane jest nie jako integralna, funkcjonalna całość, lecz jako zbiór zewnętrznych cech ocenianych z perspektywy obserwatora. W wyniku tego oddziaływania kobiety uczą się przyjmować tzw. „zewnętrzne spojrzenie” na własne ciało – patrzą na siebie oczami innych, oceniając swój wygląd zgodnie z kulturowo narzuconymi normami estetycznymi. Internalizacja społecznych ideałów piękna, takich jak szczupłość, jędrność, proporcjonalność czy gładka skóra, staje się w tym kontekście nie tylko źródłem samooceny, lecz także czynnikiem ryzyka dla zdrowia psychicznego. Media tradycyjne, a zwłaszcza media społecznościowe, odgrywają w tym procesie szczególnie silną rolę. Platformy cyfrowe umożliwiają bowiem nieustanne porównywanie się z nierealistycznie



wykreowanymi obrazami ciała – często przetworzonymi przy pomocy filtrów, edytorów graficznych lub specjalistycznych aplikacji. Wizerunki te są nie tylko upiększone, ale również prezentowane jako osiągalne, powszechne i pożądane, co intensyfikuje presję społeczną i zwiększa prawdopodobieństwo uwewnętrznienia tych ideałów (Fredrickson i Roberts, 1997). Taka chroniczna ekspozycja może prowadzić do szeregu negatywnych skutków: od niezadowolenia z własnego wyglądu, poprzez kompulsywne monitorowanie ciała, aż po poważne zaburzenia odżywiania i trudności w zakresie funkcjonowania emocjonalnego. W literaturze zwraca się również uwagę na poznawcze konsekwencje obiektywizacji – nadmierne skupienie uwagi na wyglądzie może bowiem ograniczać zasoby poznawcze, pogarszając koncentrację, pamięć operacyjną i zdolności intelektualne, szczególnie w sytuacjach społecznych lub stresowych (Skrzypczyńska, 2023; Kalemba, 2023).

Spójeczno-porównawczy model autorstwa Gibbonsa i Buunka (1999) wprowadza do analizy porównań społecznych istotny komponent indywidualny – tzw. orientację na porównania społeczne (Social Comparison Orientation, SCO). Według autorów, ludzie różnią się pod względem intensywności i częstotliwości, z jaką porównują się z innymi. Osoby o wysokim nasileniu SCO wykazują silną potrzebę porównywania siebie z innymi zarówno w zakresie umiejętności, osiągnięć, jak i cech fizycznych. Wysoka SCO koreluje z większą wrażliwością na bodźce społeczne, zwiększoną podatnością na wpływ otoczenia oraz bardziej emocjonalnymi reakcjami na sytuacje, w których pojawiają się różnice statusu lub wyglądu. W kontekście mediów społecznościowych wysoka orientacja na porównania staje się czynnikiem ryzyka – osoby z takim profilem są bardziej narażone na negatywne skutki częstego kontaktu z idealizowanymi wizerunkami innych ludzi. Częściej odczuwają zazdrość, presję społeczną, spadek zadowolenia z ciała i niską samoocenę, szczególnie gdy obserwowane treści są skoncentrowane na wyglądzie, stylu życia lub osiągnięciach (Gibbons i Buunk, 1999). W odróżnieniu od modeli zakładających uniwersalność reakcji na porównania, SCO uwzględnia zmienność indywidualną – nie wszyscy użytkownicy reagują na media społecznościowe w ten sam sposób. Osoby o niskim nasileniu SCO mogą korzystać z mediów społecznościowych bardziej instrumentalnie, z mniejszym zaangażowaniem emocjonalnym, co chroni je przed negatywnymi skutkami ekspozycji. Model ten pozwala więc lepiej zrozumieć, dlaczego niektóre osoby silniej odczuwają wpływ mediów społecznościowych na samoocenę i obraz ciała, co ma istotne znaczenie w profilaktyce psychologicznej i edukacji medialnej.

Porównania społeczne online – analizowane z perspektywy teorii klasycznych i współczesnych – nie są jedynie neutralnym mechanizmem poznawczym, ale pełnią istotną funkcję w kształtowaniu tożsamości cielesnej i emocjonalnej użytkowników. Ich wpływ jest



szczególnie silny w środowisku cyfrowym, które sprzyja intensyfikacji i automatyzacji tych porównań oraz utrwalaniu nierealistycznych wzorców piękna.

Zarysowane powyżej modele teoretyczne pozwalają zrozumieć, w jaki sposób mechanizmy porównań społecznych – zarówno w ich klasycznym, jak i współczesnym ujęciu – przekładają się na konkretne konsekwencje psychologiczne w środowisku cyfrowym. Istotnym wnioskiem wynikającym z ich analizy jest to, że media społecznościowe nie tylko intensyfikują same porównania, lecz również zmieniają ich strukturę i funkcję. W szczególności, coraz rzadziej pełnią one funkcję informacyjną (jak zakładał Festinger, 1954), a częściej stanowią źródło autoewaluacji i potwierdzenia wartości własnej osoby – przy czym proces ten odbywa się na tle silnie zniekształconych, medialnych reprezentacji rzeczywistości.

Model porównań w górę i w dół (Wills, 1981) sugeruje, że jednostki mogą czerpać zarówno negatywne, jak i pozytywne efekty z takich odniesień. Jednak w praktyce użytkownika mediów społecznościowych, dominująca ekspozycja na „lepszych” innych – atrakcyjniejszych, szczuplejszych, odnoszących sukcesy – znacząco ogranicza przestrzeń dla porównań w dół. Zamiast tego, użytkownicy (szczególnie młodzi) wchodzą w powtarzalne cykle porównań w górę, które prowadzą do chronicznego poczucia niedopasowania i niskiej samooceny (Kalemba, 2023).

Model obiektywizacji ciała (Fredrickson i Roberts, 1997) dobrze tłumaczy, dlaczego te procesy mają tak duży wpływ na obraz ciała – szczególnie u dziewcząt i młodych kobiet. Stała obserwacja ciała z perspektywy oceniającego zewnętrznego „oka” (body surveillance) staje się dominującym schematem poznawczym, co z czasem skutkuje zinternalizowaną potrzebą estetycznej kontroli, a niekiedy – destrukcyjnym perfekcjonizmem. Współczesne media społecznościowe wzmacniają ten efekt, oferując narzędzia, które nie tylko umożliwiają, ale wręcz zachęcają do edytowania wizerunku, filtrowania rzeczywistości i porównywania siebie do nieosiągalnych wzorców.

Z kolei społeczno-porównawczy model Gibbonsa i Buunka (1999) wnosi do analizy istotną zmienną indywidualną – różnice w orientacji na porównania społeczne (SCO). Osoby o wysokim nasileniu SCO są szczególnie wrażliwe na ekspozycję na atrakcyjne wizerunki innych i częściej odczuwają emocjonalne konsekwencje porównań. W praktyce oznacza to, że wpływ mediów społecznościowych nie jest jednolity – zależy od osobowości, stylu funkcjonowania społecznego oraz etapu rozwojowego użytkownika. Z tego względu młodzież – w okresie intensywnego kształtowania samooceny i tożsamości – staje się grupą szczególnie podatną na negatywne skutki online'owych porównań.



Wszystkie omówione modele – mimo różnic w zakresie – ukazują wspólną strukturę: porównania społeczne w środowisku cyfrowym mają charakter zautomatyzowany, emocjonalny i oparty na zewnętrznych standardach sukcesu i wyglądu, co sprzyja wewnętrznej presji i niezadowoleniu z siebie. Jednocześnie, media społecznościowe tworzą środowisko, w którym tego typu procesy są nie tylko możliwe, ale wręcz nieuniknione – ze względu na ich algorytmiczny i wizualny charakter. Z tego względu analiza konsekwencji dla obrazu ciała nie może być oderwana od modeli teoretycznych – przeciwnie, to właśnie one pozwalają zrozumieć, dlaczego media społecznościowe są dziś tak silnym czynnikiem wpływającym na samoocenę, relację z ciałem i dobrostan psychiczny (Fredrickson i Roberts, 1997; Gibbons i Buunk, 1999; Kalemba, 2023). Praktyczne wnioski z tych modeli mają znaczenie dla projektowania interwencji profilaktycznych, edukacyjnych i technologicznych, które będą uwzględniać zarówno mechanizmy psychologiczne, jak i realia funkcjonowania młodzieży w środowisku cyfrowym.

2.5. Wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała i samoocenę – przegląd badań z udziałem nastolatków

W erze cyfrowej media społecznościowe stanowią nieodłączny element codziennego życia młodych ludzi, kształtując ich tożsamość, samoocenę oraz dobrostan psychiczny. Współczesna młodzież funkcjonuje w przestrzeni cyfrowej, która poprzez specyficzne mechanizmy oddziaływania wywiera istotny wpływ na rozwój psychospołeczny jednostki. Wśród tych mechanizmów kluczową rolę odgrywają porównania społeczne, które – zwłaszcza w kontekście mediów społecznościowych – przyjmują formę jednostronnych i wyidealizowanych obrazów życia innych użytkowników.

Zjawisko porównań społecznych, szczególnie intensywne w okresie kształtowania się tożsamości, polega na ocenie własnej osoby na podstawie wzorców prezentowanych przez rówieśników czy influencerów. Życie przedstawiane na platformach takich jak Instagram czy TikTok jest często filtrowane i poddane cyfrowej obróbce, co skutkuje kreowaniem nierealistycznych standardów piękna, sukcesu i szczęścia (Hańczuk, Sitek, Wójcik, 2024). Młodzi użytkownicy, zwłaszcza osoby o niższej odporności psychicznej, są szczególnie podatni na negatywne skutki takich porównań, które manifestują się obniżoną samooceną, niezadowoleniem z własnego ciała oraz poczuciem społecznego wykluczenia.

Wyniki badań Kowalczyka i współpracowników (2021) potwierdzają, że aż 38% badanych nastolatków deklaruje spadek samooceny pod wpływem porównań z influencerami, którzy prezentują wyidealizowane obrazy życia i wyglądu. Co więcej, raport Instytutu Splot



(2023) wskazuje na problem braku rozróżnienia pomiędzy treściami autentycznymi a wyretuszowanymi cyfrowo, co prowadzi do generowania nierealistycznych oczekiwań wobec własnej osoby. Brak umiejętności krytycznej analizy takich treści potęguje podatność młodzieży na negatywne konsekwencje porównań społecznych (WSiP SGGW, 2022).

Porównania społeczne dotyczą przede wszystkim trzech obszarów: wyglądu fizycznego, stylu życia oraz sukcesów osobistych czy zawodowych. W przypadku wyglądu, jednostronne wzorce estetyczne mogą przyczyniać się do rozwoju zaburzeń odżywiania, obniżonej akceptacji ciała, a nawet objawów depresyjnych, zwłaszcza wśród dziewcząt, które są bardziej skłonne do internalizacji społecznych kanonów piękna (Hańczuk, Sitek, Wójcik, 2024).

Media społecznościowe stanowią dziś nie tylko platformę do komunikacji, ale również ważne źródło informacji zwrotnej, które kształtuje emocje i zachowania młodych użytkowników. W szczególności natychmiastowa reakcja w postaci polubień, komentarzy, udostępnień oraz licznych sygnałów społecznej aprobaty pełni funkcję zewnętrznego wskaźnika wartości jednostki. Dla młodzieży, która znajduje się w kluczowym okresie rozwoju tożsamości i kształtowania samooceny, taka forma walidacji staje się niezwykle istotna (Mazur, Małkowska-Szkutnik, Oblacińska, 2023).

Zależność od liczby polubień i komentarzy może jednak prowadzić do niestabilności emocjonalnej. Brak oczekiwanego zainteresowania ze strony odbiorców często wywołuje frustrację, poczucie odrzucenia, a nawet kryzysy tożsamości. W rezultacie młodzi użytkownicy zaczynają przypisywać własnej wartości zbyt duże znaczenie ocenie zewnętrznej, co osłabia umiejętność samodzielnej autorefleksji i budowania zdrowej samooceny opartej na rzeczywistych osiągnięciach i kompetencjach (Instytut Społeczeństwa i Technologii, 2024).

Warto również podkreślić, że mechanizmy algorytmiczne stosowane przez platformy społecznościowe wzmacniają te zjawiska, promując treści wywołujące silne emocje oraz angażujące użytkowników. Algorytmy te faworyzują publikacje, które generują liczne reakcje, co w praktyce powoduje, że młodzież jest narażona przede wszystkim na treści wyidealizowane, dramatyczne lub kontrowersyjne. Taka selekcja wpływa na intensyfikację presji społecznej oraz poczucie konieczności ciągłego dopasowania się do dominujących wzorców (Kowalczyk i in., 2021).

Następnym kluczowym aspektem jest zjawisko tzw. cyfrowej walidacji, gdzie tożsamość młodego człowieka zaczyna się opierać na aprobacie i uznaniu online. W praktyce prowadzi to do tworzenia „tożsamości warunkowej” – takiej, która jest podatna na wahania nastroju zależne od liczby reakcji i komentarzy. Taki stan rzeczy zwiększa ryzyko wystąpienia



lęków społecznych, niskiego poczucia własnej wartości oraz trudności w relacjach interpersonalnych zarówno online, jak i offline (Mazur, Małkowska-Szcutnik, Oblacińska, 2023).

W kontekście emocjonalnym nie można także pominąć zjawiska FOMO, czyli lęku przed pominięciem. Młodzi ludzie odczuwają presję bycia ciągle online, aby nie przegapić żadnych ważnych informacji, wydarzeń czy interakcji. Stała dostępność i konieczność monitorowania aktywności znajomych wywołują chroniczny stres, zaburzenia snu, a także problemy z koncentracją i funkcjonowaniem w codziennym życiu (Hańczuk, Sitek, Wójcik, 2024). Według raportu UMCS (2025), blisko połowa nastolatków nie wyobraża sobie dnia bez korzystania z mediów społecznościowych, a znaczna część deklaruje odczuwanie napięcia i stresu z powodu braku dostępu do internetu (Fundacja Empatio, 2024).

Co więcej, interakcje w mediach społecznościowych nie zawsze mają charakter pozytywny. Problemem powszechnym i niezwykle groźnym jest cyberprzemoc oraz hejt, które dotyczą znaczną część młodzieży. Obraźliwe komentarze, wykluczanie, groźby i szantaże w przestrzeni cyfrowej mogą prowadzić do poważnych zaburzeń emocjonalnych, w tym depresji, lęków, a nawet myśli samobójczych (Kulesza, Nowicka, 2022). Badania Amnesty International (2024) wykazały, że ponad jedna trzecia młodzieży doświadczyła hejtu, a niemal połowa przyznała, że miało to negatywny wpływ na ich zdrowie psychiczne. Niestety, wiele ofiar cyberprzemocy nie zgłasza tych doświadczeń dorosłym, co powoduje pogłębianie izolacji i nasilenie problemów emocjonalnych.

Media społecznościowe stanowią dwubiegunową przestrzeń – z jednej strony umożliwiają młodzieży ekspresję, kontakty społeczne i rozwój kompetencji, z drugiej zaś narażają na liczne zagrożenia emocjonalne i psychospołeczne. Dlatego niezwykle istotne jest kształtowanie u młodych ludzi umiejętności krytycznego odbioru treści, zdrowej autorefleksji oraz zdolności do regulacji emocji i zarządzania czasem spędzonym online (UMCS, 2025; WSiP SGGW, 2022).

Aby skutecznie przeciwdziałać negatywnym skutkom korzystania z mediów społecznościowych przez młodzież, kluczowa jest rola wsparcia społecznego oraz odpowiednio ukierunkowanej edukacji cyfrowej. Wsparcie ze strony rodziny, szkoły i środowiska rówieśniczego pełni fundamentalną funkcję w budowaniu odporności psychicznej i kompetencji społecznych młodych ludzi (Nowak, 2023).

Rodzina stanowi pierwszą i najważniejszą przestrzeń, w której młodzież uczy się radzenia sobie z emocjami i budowania poczucia własnej wartości. Otwartość rodziców na rozmowy o doświadczeniach online, wspólne ustalanie zasad korzystania z mediów oraz



modelowanie zdrowych wzorców zachowań cyfrowych mogą znacząco ograniczyć ryzyko uzależnienia od mediów społecznościowych oraz pomóc w radzeniu sobie z presją rówieśniczą (Mazur, Małkowska-Szkutnik, Oblacińska, 2023).

Jednak wsparcie rodzinne nie zawsze wystarcza, dlatego szkoła ma do odegrania bardzo istotną rolę. Wprowadzenie programów edukacyjnych dotyczących bezpieczeństwa w sieci, rozpoznawania i przeciwdziałania cyberprzemocy oraz rozwijania umiejętności krytycznego myślenia i zdrowej samooceny staje się nieodzowne. Badania wskazują, że uczniowie objęci takimi programami rzadziej doświadczają negatywnych skutków mediów społecznościowych oraz lepiej radzą sobie z emocjami i konfliktami (Fundacja Empatio, 2024).

Ponadto, rola środowiska rówieśniczego i grup wsparcia nie może być niedoceniana. Pozytywne wzorce zachowań, budowanie solidarności oraz promowanie kultury wzajemnego szacunku i empatii sprzyjają tworzeniu bezpiecznej przestrzeni wirtualnej. Inicjatywy młodzieżowe, takie jak kampanie przeciwko hejtu czy warsztaty z zakresu zdrowia psychicznego, coraz częściej angażują młodych ludzi w aktywne przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom w sieci (Kowalczyk i in., 2021).

Ważnym elementem jest również rozwój kompetencji cyfrowych, które obejmują zarówno umiejętność efektywnego korzystania z technologii, jak i świadomość zagrożeń oraz strategii ochrony własnej prywatności i dobrostanu psychicznego. Edukacja cyfrowa powinna uwzględniać także aspekty prawne oraz etyczne korzystania z mediów społecznościowych, kształtując postawy odpowiedzialności i dojrzałości (Instytut Społeczeństwa i Technologii, 2024).

Media społecznościowe odgrywają obecnie kluczową rolę w życiu młodzieży, oferując liczne możliwości komunikacji, nauki i rozrywki, ale jednocześnie stawiają przed nimi poważne wyzwania emocjonalne i psychospołeczne. Treści oraz interakcje online wpływają na kształtowanie tożsamości i samooceny młodych użytkowników, mogąc prowadzić do uzależnienia od aprobaty społecznej, lęku przed pominięciem czy problemów z regulacją emocji. Zagrożenia takie jak cyberprzemoc oraz presja rówieśnicza dodatkowo komplikują funkcjonowanie młodzieży w przestrzeni cyfrowej.

Aby minimalizować negatywne skutki korzystania z mediów społecznościowych, niezbędne jest wsparcie ze strony rodziny, szkoły i rówieśników oraz realizacja kompleksowej edukacji cyfrowej, która kształtuje krytyczne podejście do treści, umiejętność zarządzania emocjami oraz odpowiedzialne korzystanie z technologii. Tylko takie holistyczne podejście pozwoli młodzieży rozwijać się w zdrowym i bezpiecznym środowisku cyfrowym, wykorzystując potencjał mediów społecznościowych na swoją korzyść.



Rozdział 3. Metodologia badań własnych

W niniejszym rozdziale szczegółowo omówione zostaną założenia metodologiczne przeprowadzonych badań własnych, które stanowią kluczowy etap realizacji całego projektu badawczego. Rozpocznemy od precyzyjnego określenia celu oraz przedmiotu badań, co pozwoli na zrozumienie zakresu i kierunku podejmowanych działań badawczych. Następnie zaprezentowane zostaną postawione problemy badawcze oraz hipotezy, które stanowią podstawę do formułowania wniosków oraz interpretacji zebranych danych. Ważnym elementem będzie także omówienie zastosowanych metod badawczych, technik i narzędzi pomiarowych, które zostały wybrane z uwzględnieniem ich adekwatności do badanej problematyki oraz specyfiki grupy uczestników. Ponadto, rozdział zawiera charakterystykę próby badawczej, czyli szczegółowy opis osób biorących udział w badaniu, ze wskazaniem kryteriów doboru oraz podstawowych danych demograficznych. Wszystkie te elementy pozwalają na zapewnienie rzetelności i wiarygodności prowadzonych badań, a także umożliwiają powtórzenie badania lub jego adaptację w przyszłych projektach naukowych. W efekcie, rozdział ten stanowi fundament metodyczny pracy, który gwarantuje trafność oraz użyteczność uzyskanych wyników.

3.1. Cel i przedmiot badań

Celem niniejszej pracy jest zbadanie związku między intensywnością korzystania z Instagrama a poziomem samooceny i obrazem ciała dziewcząt w wieku 15–17 lat.

Przedmiotem badań jest wpływ korzystania z platformy społecznościowej Instagram na kształtowanie obrazu ciała oraz samooceny wśród nastolatków. Adolescencja to kluczowy etap rozwoju, w którym młodzież jest szczególnie podatna na zewnętrzne wzorce i normy społeczne. Instagram jako platforma wizualna, pełni znaczącą rolę w kształtowaniu tych wzorców, oferując użytkownikom codzienny kontakt z idealizowanymi obrazami ciała oraz społecznym uznaniem w postaci polubień i komentarzy.

Badanie koncentruje się na psychologicznych mechanizmach wpływu mediów społecznościowych na samoocenę i percepcję własnego ciała. Szczególna uwaga zostanie poświęcona temu, w jaki sposób porównywanie się z innymi użytkownikami, ekspozycja na treści estetyczne oraz interakcje społeczne (np. lajki, komentarze) wpływają na postrzeganie siebie u młodych dziewcząt.



Zgodnie z badaniami Harter (1999), okres dorastania to czas, w którym kształtują się podstawy samooceny. Rosen i in. (2013) wskazują natomiast, że media społecznościowe mogą mieć zarówno pozytywny, jak i negatywny wpływ na zdrowie psychiczne młodzieży – w zależności od sposobu ich użytkowania.

Istotność badań wynika z rosnącej roli mediów społecznościowych w życiu młodych ludzi oraz potrzeby identyfikacji czynników ryzyka związanych z niską samooceną i zaburzonym obrazem ciała. Wyniki pracy mogą mieć praktyczne zastosowanie w psychoprophylaktyce oraz edukacji zdrowotnej, wspierając rozwój programów interwencyjnych skierowanych do nastolatków.

3.2. Problemy i hipotezy badawcze

Problemy badawcze pełnią kluczową rolę w prowadzeniu badań, ponieważ pozwalają zawęzić zakres i precyzyjnie określić, co dokładnie jest przedmiotem analizy. Ich właściwe sformułowanie ułatwia przeprowadzenie całego procesu badawczego, wyznaczając kierunek działań oraz umożliwiając stworzenie hipotez badawczych. Problem badawczy jest też podstawą do wyboru zmiennych zależnych i niezależnych oraz odpowiednich wskaźników pomiaru (Łobocki, 2000).

Sposób, w jaki sformułowany zostanie problem badawczy, wpływa na dobór metod i technik badawczych, co decyduje o jakości i trafności uzyskanych wyników (Pilch, 1998). Warto również podkreślić, że dobrze postawiony problem badawczy wskazuje, jakie zagadnienia w danym obszarze wiedzy są jeszcze niejasne lub wymagają pogłębienia. Pomaga to zrozumieć, co jest znane, a co wymaga dalszych badań, a także wskazuje na istotność badanego tematu (Zieliński, 2012).

W kontekście niniejszych badań, które dotyczą wpływu korzystania z Instagrama na samoocenę i obraz ciała nastolatków w wieku 15–17 lat, problem badawczy koncentruje się na rozpoznaniu, w jaki sposób różne aspekty aktywności na tej platformie (takie jak czas spędzany na Instagramie, porównywanie się z innymi, obserwacja określonych profili czy korzystanie z filtrów) oddziałują na postrzeganie własnego wyglądu oraz poczucie własnej wartości.

W związku z tym zostały postawione następujące pytania badawcze:

1. Czy częstotliwość korzystania z Instagrama wpływa na poziom samooceny nastolatków?
2. Jakie rodzaje treści na Instagramie mają największy wpływ na obraz ciała dziewcząt?
3. W jaki sposób liczba polubień, komentarzy i obserwujących oddziałuje na samoocenę młodych użytkowniczek?



4. Jak nastolatki porównują swój wygląd do innych użytkowników Instagrama i jak wpływa to na ich postrzeganie własnego ciała?
5. Czy korzystanie z filtrów i narzędzi do edycji zdjęć wiąże się z mniejszą akceptacją własnego wyglądu?

Na podstawie tych pytań sformułowano hipotezy badawcze, które będą weryfikowane podczas analizy danych:

Hipoteza główna: Częste korzystanie z Instagrama negatywnie wpływa na samoocenę oraz obraz ciała nastolatek w wieku 15–17 lat.

Hipotezy szczegółowe:

H1: Dziewczeta spędzające więcej czasu na Instagramie mają niższą samoocenę niż ich rówieśniczki korzystające z platformy rzadziej.

H2: Częstsze porównywanie się z innymi użytkownikami Instagrama prowadzi do bardziej negatywnego postrzegania własnego ciała.

H3: Obserwowanie profili promujących szczupły i idealizowany wygląd jest powiązane z większym niezadowoleniem z własnej sylwetki.

H4: Używanie filtrów i aplikacji do edycji zdjęć wiąże się z niższym poziomem akceptacji swojego wyglądu.

H5: Liczba polubień i komentarzy pod zdjęciami wpływa na poziom samooceny nastolatek.

H6: Wyższy poziom samooceny zmniejsza podatność na negatywne skutki korzystania z Instagrama.

H7: Świadomość medialna pełni rolę ochronną i zmniejsza negatywny wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała.

Takie określenie problemów i hipotez pozwala na kompleksowe zbadanie, w jaki sposób aktywność na Instagramie może wpływać na ważne aspekty rozwoju psychicznego i emocjonalnego młodych dziewcząt.

3.3. Metoda, techniki i narzędzia badawcze

W badaniu zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, umożliwiającą zebranie danych na temat relacji między korzystaniem z Instagrama a samooceną i postrzeganiem własnego ciała wśród dziewcząt w wieku 15–17 lat. Metoda ta pozwala na szybkie i systematyczne uzyskanie informacji od dużej grupy respondentów, co czyni ją odpowiednią do celów pracy (Łobocki, 2011).



Wykorzystano cztery narzędzia badawcze:

1. Kwestionariusz autorski – opracowany na potrzeby badania, obejmował pytania dotyczące wieku, czasu spędzanego na Instagramie, rodzaju przeglądanych treści oraz preferencji związanych z korzystaniem z platformy. Zawierał pytania zamknięte, wielokrotnego wyboru i skale Likerta, co umożliwiło standaryzowaną analizę ilościową oraz uchwycenie subiektywnych ocen respondentek. Zastosowanie skal Likerta jest zgodne z zaleceniami psychologicznymi dotyczącymi pomiaru postaw i opinii (Laguna, Lachowicz-Tabaczek, Dzwonkowska, 2007).
2. Skala Samooceny Rosenberga (RSES) – służyła do oceny globalnego poziomu samooceny. Narzędzie to zawiera 10 twierdzeń ocenianych na 4-punktowej skali Likerta i jest powszechnie stosowane w psychologii. W badaniu pozwoliło na ocenę, w jakim stopniu intensywność korzystania z Instagrama wiąże się z ogólnym poczuciem własnej wartości. Polska adaptacja RSES cechuje się wysoką trafnością i rzetelnością psychometryczną (Laguna, Lachowicz-Tabaczek & Dzwonkowska, 2007).
3. Body Shape Questionnaire (BSQ, wersja skrócona) – mierzy poziom niezadowolenia z własnej sylwetki i lęków związanych z wyglądem. Skoncentrowano się na odczuciach dotyczących masy ciała, kształtu oraz porównań z innymi. Narzędzie to umożliwia identyfikację potencjalnych zagrożeń dla zdrowego obrazu ciała (Słowińska, 2019).
4. Social Media Appearance Comparison Scale (SMACS) – ocenia częstotliwość porównań wyglądu z innymi użytkownikami mediów społecznościowych. Skala ta pozwala na uchwycenie wpływu wizualnych treści z Instagrama na postrzeganie własnego ciała i tendencje do negatywnych porównań społecznych (Dzielska, Mazur, Nałęcz, Oblacińska & Strucińska, 2017).

Dobór narzędzi uwzględniał trafność psychologiczną, dostosowanie do wieku respondentek oraz zgodność z celem badania. Wszystkie narzędzia zostały zaadaptowane do języka polskiego i przebadane pod kątem rzetelności i trafności psychometrycznej w populacji młodzieży.

Kwestionariusz ankiety zawierał pytania zamknięte, półotwarte i otwarte. Pytania otwarte umożliwiły swobodną ekspresję opinii, natomiast zamknięte ułatwiły ilościową analizę danych (Łobocki, 2003).

W analizie statystycznej wykorzystano zarówno korelację rang Spearmana, jak i korelację Pearsona, zależnie od rozkładu danych. Do porównań między grupami zastosowano testy istotności różnic (np. test χ^2), a także obliczono współczynnik wielkości efektu d Cohena w celu określenia siły obserwowanych różnic. Taki zestaw narzędzi umożliwia pogłębioną



interpretację zależności pomiędzy intensywnością korzystania z Instagrama a poziomem samooceny i obrazem ciała.

3.4. Charakterystyka próby badawczej

Badanie zostało przeprowadzone na próbie 115 dziewcząt w wieku od 15 do 17 lat, które zostały wybrane metodą doboru celowego. Uczestniczki pochodziły ze szkół średnich, wśród których znalazły się zarówno licea ogólnokształcące, technika, jak i inne typy placówek edukacyjnych, takie jak szkoły branżowe. Dobór ten umożliwił objęcie badaniem zróżnicowanej grupy młodzieży pod względem edukacyjnym, co pozwala na uzyskanie bardziej wszechstronnych i reprezentatywnych danych. Ankiety były zbierane od uczestniczek z różnych regionów całej Polski, co dodatkowo zwiększa zasięg i różnorodność próby badawczej. Przed rozpoczęciem badań każda uczestniczka miała zapewnioną zgodę rodziców lub opiekunów prawnych, co było niezbędne ze względu na niepełnoletni wiek większości badanych.

Pod względem wieku, największą grupę stanowiły uczennice w wieku 16 lat, które stanowiły około 39% badanych. Drugą co do liczebności grupą były 15-latki, stanowiące nieco ponad 37% próby. Najmniejszą grupą były 17-latki – stanowiły one około 24% uczestniczek. Taki rozkład pozwala na uwzględnienie różnorodnych etapów rozwoju adolescencji, co jest istotne w kontekście analizy samooceny i percepcji własnego ciała.

Analizując typ szkoły, można zauważyć, że największą reprezentację miały uczennice liceów ogólnokształcących – stanowiły one 43,5% całej próby. Drugą co do liczebności grupą były dziewczęta uczęszczające do techników – około 31% badanych. Pozostałą część stanowiły uczennice innych typów szkół średnich, takich jak szkoły branżowe, które zajmowały około 25% próby. Dzięki takiemu zróżnicowaniu możliwe było badanie wpływu różnorodnych środowisk edukacyjnych na postawy i zachowania badanych.

Istotnym kryterium różnicującym była także miejscowość zamieszkania. Badane pochodziły w równym stopniu zarówno z większych miast liczących powyżej 50 tysięcy mieszkańców (33% badanych), jak i z mniejszych miast poniżej 50 tysięcy mieszkańców (32,2%), a także z terenów wiejskich (34,8%). To zróżnicowanie zapewniło możliwość analizy wpływu środowiska zamieszkania na korzystanie z mediów społecznościowych oraz na postrzeganie własnego wyglądu. Warunki życia i dostęp do różnych form rozrywki i komunikacji mogą bowiem różnić się w zależności od wielkości miejsca zamieszkania, co może mieć przełożenie na wyniki badania.



Dobór celowy oraz zróżnicowanie demograficzne próby badawczej pozwoliły na uchwycenie szerokiego spektrum doświadczeń i postaw wśród nastolatek, które są szczególnie narażone na wpływ mediów społecznościowych w zakresie kształtowania własnego obrazu ciała oraz samooceny. Dzięki temu badanie może dostarczyć wartościowych i wiarygodnych danych na temat zależności między korzystaniem z mediów społecznościowych a percepcją własnego wyglądu i poczuciem własnej wartości w grupie młodych dziewcząt.



Rozdział 4. Prezentacja i analiza rezultatów badań

Czwarty rozdział pracy poświęcony jest szczegółowej prezentacji wyników badań własnych, których celem było zbadanie wpływu korzystania z Instagrama na samoocenę i obraz ciała nastolatków w wieku 15–17 lat. Na podstawie wcześniej określonych celów, problemów oraz hipotez badawczych dokonano analizy zgromadzonych danych z wykorzystaniem odpowiednich metod statystycznych.

Rozdział ten zawiera opis zastosowanych technik analizy danych oraz przedstawia wyniki w odniesieniu do każdej z postawionych hipotez. Dane zostały zaprezentowane w formie tabel, wykresów i interpretacji liczbowych, co umożliwia czytelnikowi przejrzyste zapoznanie się z najważniejszymi tendencjami i zależnościami zaobserwowanymi w grupie badawczej.

4.1. Analiza zebranych danych

W niniejszym podrozdziale przedstawiono procedurę badawczą oraz narzędzie wykorzystane w studium dotyczącym wpływu ekspozycji na treści publikowane w serwisie Instagram na kształtowanie samooceny i postrzegania własnego ciała w grupie nastolatków w okresie środkowej adolescencji (15-17 lat). Badanie, o charakterze ilościowym, oparto na autorskim kwestionariuszu ankietowym, którego struktura została zaprojektowana tak, by uchwycić wieloaspektowy charakter zjawiska. Narzędzie podzielono na pięć integralnych części, z których każda odpowiada kluczowym wymiarom analizowanego problemu badawczego. Sekcja informacji demograficznych umożliwia scharakteryzowanie próby pod kątem wieku, typu placówki edukacyjnej oraz środowiska zamieszkania, co stanowi istotny kontekst interpretacyjny dla dalszych wyników.

W celu weryfikacji hipotez badawczych zastosowano różnorodne techniki statystyczne, dostosowane do charakteru danych i rodzaju zmiennych. Dobór odpowiednich metod analizy statystycznej stanowi istotny element procesu badawczego, warunkujący rzetelność i trafność uzyskanych wniosków. W niniejszym badaniu, ze względu na zróżnicowany charakter zmiennych (ilościowe i jakościowe) oraz rozkład danych, zastosowano zarówno testy parametryczne, jak i nieparametryczne. W szczególności wykorzystano:

- korelację Spearmana – dla danych porządkowych i niespełniających założeń normalności,



- korelację Pearsona – dla zmiennych ilościowych o rozkładzie zbliżonym do normalnego,
- testy istotności różnic (m.in. test chi-kwadrat) – do porównań między grupami,
- współczynnik d Cohena – do oceny wielkości efektów,
- współczynnik V Craméra – do analizy siły zależności w przypadku zmiennych kategoryalnych.

Tabela 1 zawierająca przyporządkowanie testów do poszczególnych hipotez.

Tabela 1

Zestawienie hipotez badawczych z przypisanymi technikami statystycznymi

Hipoteza	Treść hipotezy	Zastosowane techniki statystyczne
HG	Częste korzystanie z Instagrama negatywnie wpływa na samoocenę oraz obraz ciała nastolatek.	Opisowa analiza trendów + testy χ^2 , Spearman, d Cohena
H1	Dziewczęta spędzające więcej czasu na Instagramie mają niższą samoocenę niż ich rówieśniczki korzystające z platformy rzadziej.	Test χ^2 , Spearman, d Cohena
H2	Częstsze porównywanie się z innymi użytkownikami Instagrama prowadzi do bardziej negatywnego postrzegania własnego ciała.	Korelacja Spearmana, analiza średnich, SD
H3	Obserwowanie profili promujących szczupły i idealizowany wygląd jest powiązane z większym niezadowoleniem z własnej sylwetki.	Średnie, SD, d Cohena
H4	Używanie filtrów i aplikacji do edycji zdjęć wiąże się z niższym poziomem akceptacji swojego wyglądu.	Test χ^2 , analiza rozkładów, V Craméra
H5	Dziewczęta stosujące strategie radzenia sobie (np. ograniczanie czasu, autorefleksja) doświadczają mniejszego niezadowolenia z ciała.	Korelacja Spearmana, d Cohena
H6	Dziewczęta obserwujące konta promujące różnorodność ciała odczuwają mniejszą presję estetyczną.	Średnie, SD, d Cohena
H7	Dziewczęta, które rozmawiają o swoich emocjach i porównaniach, rzadziej doświadczają obniżonego nastroju po korzystaniu z Instagrama.	Spearman, analiza średnich, test χ^2 (opcjonalnie)

Zródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania



Część dotycząca wzorców użytkowania Instagrama koncentruje się na ilościowych i jakościowych aspektach interakcji z platformą, obejmując czas ekspozycji dziennej, częstotliwość publikacji własnych treści oraz konsumpcji treści innych użytkowników, typ obserwowanych kont (ze szczególnym uwzględnieniem influencerów, kont fitness i celebrytów), a także stosowanie filtrów i edycji zdjęć. Ta sekcja dostarcza podstaw do zrozumienia natury i intensywności zaangażowania badanych w świat mediów społecznościowych.

Rdzeń badawczy stanowią sekcje III i IV, oparte na zmodyfikowanych skalach psychometrycznych. W części III zastosowano pięciopunktową skalę Likerta do pomiaru subiektywnych przekonań respondentek dotyczących związku między aktywnością na Instagramie a percepcją własnej osoby. Kluczowe wątki obejmują: wpływ platformy na samoocenę wyglądu, tendencję do porównań społecznych z obserwowanymi osobami (zwłaszcza influencerkami), emocjonalne konsekwencje kontaktu z idealizowanymi wizerunkami, znaczenie liczby polubień dla samopoczucia, dążenie do autoprezentacji wykraczającej poza rzeczywisty wygląd, świadomość retuszu fotografii oraz motywacyjny aspekt ekspozycji na treści wizualne. Sekcja IV, inspirowana narzędziami Body Shape Questionnaire (BSQ) oraz Physical Appearance Comparison Scale (PACS), bada natężenie negatywnych emocji i zachowań związanych z ciałem po korzystaniu z Instagrama, w tym niezadowolenie z własnej fizyczności, zazdrość o wygląd innych, unikanie publikowania zdjęć z powodu niskiej samooceny atrakcyjności, tendencję do ukrywania ciała w mediach społecznościowych oraz odczuwanie presji na spełnianie określonych standardów urody.

Ostatnia sekcja strategii radzenia sobie wprowadza perspektywę zaradczą, badając częstotliwość stosowania przez nastolatki mechanizmów adaptacyjnych, takich jak krytyczna refleksja nad autentycznością treści, celowa redukcja czasu spędzanego na platformie, szukanie wsparcia społecznego w sytuacjach obniżonego nastroju czy świadoma ekspozycja na konta promujące różnorodność cielesności i pozytywne postawy wobec ciała.

Zebranie powyższych danych pozwala nie tylko na diagnozę skali i charakteru związków między użytkowaniem Instagrama a samooceną i obrazem ciała, ale także na identyfikację czynników modyfikujących te relacje (np. czas ekspozycji, typ konsumowanych treści) oraz potencjalnych buforów chroniących dobrostan psychiczny. W dalszej części rozdziału przeprowadzona zostanie szczegółowa analiza statystyczna uzyskanych wyników, mająca na celu weryfikację postawionych hipotez badawczych i odpowiedź na kluczowe pytania dotyczące mediacyjnej roli porównań społecznych oraz znaczenia krytycznej świadomości w łagodzeniu negatywnych skutków ekspozycji na zmediatyzowane obrazy ciała.



W próbie liczącej 115 uczestniczek zaobserwowano wyraźną dominację grupy najmłodszej: 15-latki stanowią 42,6% próby (n=49), podczas gdy reprezentacja 16-latek wynosi 29,6% (n=34), a 17-latek jedynie 27,8% (n=32). Ta dysproporcja wiekowa implikuje konieczność zastosowania metod statystycznych kontrolujących wpływ wieku na zmienne zależne (np. analiza kowariancji), zwłaszcza wobec doniesień literaturowych wskazujących na wzrost podatności na porównania społeczne w okresie wczesnej adolescencji. Ponadto, ograniczona reprezentacja starszej grupy wiekowej uniemożliwia wiarygodne badanie trajektorii rozwojowych, co stanowi istotne ograniczenie interpretacyjne.

Analiza struktury szkół wykazała przewagę liceów ogólnokształcących (36,5%; n=42) nad technikami (31,3%; n=36), przy czym kategoria "inna" obejmująca pozostałe typy placówek stanowi 32,2% próby (n=37). Niejednorodność środowisk edukacyjnych może korelować z różnicami w ekspozycji na treści wizualne w mediach społecznościowych, co wymaga uwzględnienia w dalszej analizie.

W kontekście urbanizacji, najliczniejszą grupę stanowią mieszkanki dużych miast poniżej 50 tys. mieszkańców (40%; n=46), następnie badane z miast powyżej 50 tys. mieszkańców (30,4%; n=35) oraz ze środowisk wiejskich (29,6%; n=34). Ta struktura przestrzenna ma istotne implikacje metodologiczne, gdyż dostęp do infrastruktury cyfrowej oraz lokalne wzorce kulturowe mogą warunkować zarówno intensywność użytkowania Instagrama, jak i podatność na internalizację ideałów ciała.

W tabeli 2 poniżej zestawiono ze sobą miejsce zamieszkania oraz typ szkoły, do której uczęszczają na co dzień badane.

Tabela 2

Zestawienie miejsca zamieszkania i typu szkoły uczęszczanej przez badane osoby

Typ szkoły	Inna		Liceum		Technikum		Razem	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Miejsce zamieszkania								
Miasto <50k	15	40,5%	18	42,9%	13	36,1%	46	40,0%
Miasto >50k	14	37,8%	12	28,6%	9	25,0%	35	30,4%
Wieś	8	21,6%	12	28,6%	14	38,9%	34	29,6%
Razem	37	100,0%	42	100,0%	36	100,0%	115	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Tabela ujawnia charakterystyczne zależności pomiędzy typem szkoły a środowiskiem zamieszkania, które stanowią istotny kontekst dla zrozumienia uwarunkowań socjologicznych



badanej grupy. W miastach do 50 tysięcy mieszkańców obserwuje się wyraźną dominację liceów ogólnokształcących, które stanowią 42,9% lokalnej próby, przy jednoczesnym stosunkowo wysokim udziale szkół kategorii „innej” (40,5%). Ten rozkład sugeruje, że mniejsze ośrodki miejskie koncentrują tradycyjne formy edukacji ogólnokształcącej, równocześnie oferując pewną dywersyfikację placówek nietypowych.

W kontraście do tego wzorca, obszary wiejskie charakteryzują się wyraźną przewagą techników (38,9% uczennic z terenów wiejskich), co może odzwierciedlać lokalne zapotrzebowanie na kształcenie zawodowe dostosowane do gospodarki regionalnej. Jednocześnie zauważalny jest stosunkowo niski udział szkół „innych” na wsiach (21,6%), co wskazuje na ograniczoną dostępność alternatywnych ścieżek edukacyjnych w tych regionach. W największych ośrodkach miejskich (powyżej 50 tys. mieszkańców) występuje najbardziej zrównoważony rozkład typów szkół, z nieznaczną przewagą placówek „innych” (37,8%), co prawdopodobnie odzwierciedla większą różnorodność oferty edukacyjnej charakterystyczną dla metropolii.

Te różnicowania przestrzenno-edukacyjne tworzą istotną ramę interpretacyjną dla dalszej analizy psychospołecznych skutków użytkowania Instagrama. Koncentracja techników na obszarach wiejskich, połączona z potencjalnie mniejszym dostępem do zdedywersyfikowanych aktywności pozaszkolnych, może wzmacniać znaczenie mediów społecznościowych jako okna na świat, co z kolei może modulować wpływ ekspozycji na treści wizualne. Równocześnie zróżnicowane środowiska edukacyjne w dużych miastach mogą kształtować odmienne wzorce krytycznego odbioru treści.

Następnie, przeanalizowano kluczowe aspekty aktywności badanych nastolatków na platformie Instagram, stanowiące istotny kontekst dla zrozumienia mechanizmów wpływających na samoocenę i obraz ciała. Dominująca część badanych (35,7%) deklaruje spędzanie 1-2 godzin dziennie na platformie, co wskazuje na intensywną integrację Instagrama z codziennym funkcjonowaniem. Należy podkreślić, że łącznie 54,8% użytkowników przekracza granicę godzinowego użytkowania dziennie (w tym 19,1% powyżej 2 godzin), co w kontekście literatury przedmiotu stanowi istotny czynnik ryzyka dla negatywnych efektów psychospołecznych. Jedynie 23,5% badanych mieści się w przedziale uznawanym za umiarkowany (<30 minut), a pozostałe 21,7% spędza średnio dziennie od 30 minut do 1 godziny na Instagramie.

Warto zaznaczyć, że ponad połowa badanych (54,8%) publikuje regularnie treści na Instagramie, przy czym 22,6% robi to „kilka razy w tygodniu”, a 32,2% - „kilka razy w miesiącu”. Wysoki odsetek nieaktywnych twórczyni (23,5% nigdy nie publikuje) może



sugerować, że dla dużej części nastolatk platforma pełni głównie funkcję przestrzeni pasywnej konsumpcji treści. Interesująco przedstawia się grupa publikująca rzadziej niż raz w miesiącu (21,7%) – ich aktywność ma charakter incydentalny i okazjonalny.

Wzorce przeglądania treści innych użytkowników ukazują społeczną naturę platformy: 24 spośród badanych (20,9%) określa, iż nigdy nie śledzi aktywności innych, podczas gdy większość deklaruje regularną konsumpcję (łącznie 79,1% przynajmniej „rzadko” przegląda treści). Szczególnie istotny jest wysoki odsetek intensywnych użytkowniczek (16,5% "bardzo często"), gdyż częsta ekspozycja na treści innych stanowi kluczowy mechanizm sprzyjający porównaniom społecznym.

W kontekście autoprezentacji, częstotliwość stosowania filtrów i aplikacji edycyjnych przed publikacją zdjęć, odsłania kluczowy mechanizm w badanej grupie nastolatk. Rozkład odpowiedzi wskazuje na powszechność tych praktyk: jedynie 20% badanych (n=23) nigdy nie modyfikuje swoich fotografii, podczas gdy 80% (n=92) przyznaje się do przynajmniej incydentalnej ingerencji w wizerunek. Dominują praktyki umiarkowane – 27,8% (n=32) edytuje zdjęcia „rzadko”, a 27,0% (n=31) "czasami". Grupa konsekwentnie stosująca modyfikacje („zawsze”) stanowi 25,2% (n=29) próby, co wskazuje na istotną internalizację presji wizualnej w tej subpopulacji.

W tabeli 3 poniżej zestawiono ze sobą częstotliwość publikacji na Instagramie, razem z częstotliwością korzystania z filtrów lub aplikacji do edycji zdjęć wśród badanej grupy 115 dziewcząt.

Tabela 3

Częstotliwość publikacji na Instagramie a korzystanie z filtrów i aplikacji do edycji zdjęć wśród badanych dziewcząt

Korzystanie z filtrów	Nigdy		Rzadko		Czasami		Zawsze		Razem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<1/mies	5	21,7%	8	25,0%	8	25,8%	4	13,8%	25	21,7%
Kilka/mies	6	26,1%	12	37,5%	10	32,3%	9	31,0%	37	32,2%
Kilka/tyg	7	30,4%	7	21,9%	5	16,1%	7	24,1%	26	22,6%
Nigdy	5	21,7%	5	15,6%	8	25,8%	9	31,0%	27	23,5%
Razem	23	100,0%	32	100,0%	31	100,0%	29	100,0%	115	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania



Przeprowadzone testy statystyczne ($\chi^2 = 9.24$, $df = 9$, $p = 0,88$) wykazały brak istotnego związku między częstotliwością publikowania treści a intensywnością edycji zdjęć, co potwierdza słabą siłę tej relacji (V Craméra = 0.16). Ten formalny brak korelacji maskuje jednak znaczące paradoksy behawioralne w badanej grupie. Najbardziej uderzająca jest dysproporcja w grupie niepublikujących treści ($n=27$), gdzie aż 31,0% respondentek deklaruje stałe edytowanie zdjęć („zawsze”) – wskaźnik wyższy niż wśród aktywnych twórczyń publikujących kilka razy w tygodniu (24,1%). Zjawisko to sugeruje istnienie mechanizmu perfekcjonizmu ukrytego: kompulsywne dążenie do idealnego wizerunku bez intencji społecznej ekspozycji, prawdopodobnie napędzane lękiem przed oceną lub wewnętrznym przymusem autokreacji.

Dominującym wzorcem w całej próbie (54,8% badanych) okazują się praktyki incydentalne („rzadko” lub „czasami” edytujących), co odzwierciedla powszechną ambiwalencję wobec presji wizualnej. Szczególnie wymowna jest obserwowana tendencja wśród częstych użytkowniczek (publikujących kilka razy w tygodniu), które preferują selektywne modyfikacje (46,2% „czasami lub rzadko”) nad systematyczną idealizacją (24,1% „zawsze”). Ta rozbieżność podważa prosty determinizm "im więcej publikujesz, tym bardziej manipulujesz wizerunkiem", wskazując raczej na złożone negocjacje między autentycznością a społecznymi oczekiwaniami.

Geometria rozkładów brzegowych dodatkowo komplikuje interpretację: grupa konsekwentnie edytująca ($n=29$) koncentruje się nieoczekiwanie wśród rzadko publikujących (13,8%), podczas gdy całkowity brak edycji ($n=23$) najczęściej współwystępuje z umiarkowaną aktywnością (26,1% publikujących kilka razy w miesiącu). Te dysproporcje sugerują, że decyzje edycyjne są silniej modulowane przez czynniki osobowościowe (neurotyczność, perfekcjonizm) niż przez behawioralne wymiary użytkowania platformy.

W kontekście klinicznym brak statystycznej istotności nie przekreśla znaczenia obserwowanych wzorców. Paradoks „edytujących niepublikujących” może stanowić ważny wskaźnik podatności na zaburzenia obrazu ciała, gdzie kompulsja autokreacji funkcjonuje niezależnie od społecznego feedbacku. Jednocześnie dominacja praktyk incydentalnych w całej próbie odsłania zbiorowy konflikt tożsamościowy nastolatek, balansujących między pragnieniem autentyczności a internalizacją kulturowych standardów urody.

W dalszej części skupiono się na sekcji III poświęconej mechanizmom psychologicznym w relacji z Instagramem. Analiza opiera się na odpowiedziach, udzielonych na pytania 9-16 w pięciostopniowej skali Likerta (1 = zdecydowanie się nie zgadzam, 5 =



zdecydowanie się zgadzam). Wyniki prezentują złożoną dynamikę psychologiczną, gdzie wysoka świadomość mechanizmów platformy współistnieje z ich emocjonalnym oddziaływaniem.

Tabela 4

Analiza mechanizmów psychologicznych w relacji z Instagramem na podstawie odpowiedzi z sekcji III (pytania 9–16)

Pytanie z sekcji III	% odpowiedzi „zgadzam się” (4-5)	Średnia	Odchylenie Standardowe
9. Instagram wpływa na to, jak postrzegam swój wygląd.	42%	3,02	1,44
10. Porównuję się do dziewczyn/influencerek, które obserwuję na Instagramie.	34%	2,87	1,41
11. Czuję się gorzej ze sobą po oglądaniu idealnych zdjęć innych osób.	44%	3,11	1,46
12. Liczba polubień pod moimi postami wpływa na moje samopoczucie.	39%	2,97	1,46
13. Staram się wyglądać lepiej na zdjęciach niż w rzeczywistości.	42%	2,97	1,51
14. Mam świadomość, że wiele zdjęć na Instagramie jest przerabianych.	47%	3,21	1,47
15. Instagram motywuje mnie do dbania o wygląd lub sylwetkę.	44%	3,22	1,42
16. Mam poczucie, że nie dorównuję osobom, które obserwuję.	40%	2,97	1,43

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Dostarczone dane (N=115) ukazują zaskakująco umiarkowany poziom internalizacji presji wizualnej, kwestionując część dotychczasowych założeń badawczych. Dominującym wzorcem jest rozszczepienie między świadomością mechanizmów platformy a ich deklarowanym wpływem psychologicznym. Najwyższy odsetek zgody (47%, średnia 3.21)



dotyczy świadomości retuszu zdjęć (pyt. 14), co jednak nie przekłada się na silne przekonanie o wpływie Instagrama na postrzeganie własnego ciała (pyt. 9: 42%, średnia 3.02) ani częste porównania społeczne (pyt. 10: zaledwie 34%, średnia 2.87). Ta dysproporcja sugeruje, że nastolatki rozpoznają sztuczność treści, ale nie uznają jej za kluczowy modulator samooceny, co podważa mechanizm bezpośredniego przełożenia wiedzy na odporność emocjonalną.

Najbardziej niepokojącym efektem okazuje się emocjonalna wrażliwość: aż 44% badanych (średnia 3.11) przyznaje, że czuje się gorzej po oglądaniu idealnych zdjęć (pyt. 11), co stanowi najwyższy wskaźnik zgody w sekcji. Fakt ten, zestawiony z umiarkowanymi wynikami w innych kategoriach, wskazuje, że negatywne reakcje afektywne nie wymagają pełnej akceptacji świadomych mechanizmów platformy i mogą funkcjonować jako pierwotna odpowiedź na ekspozycję wizualną. Co istotne, deklarowane dążenie do upiększania autoprezentacji (pyt. 13: 42%, średnia 2.97) nie wykazuje silnej spójności z wrażliwością na społeczny odbiór (pyt. 12: 39%, średnia 2.97) ani poczuciem niedostosowania (pyt. 16: 40%, średnia 2.97). Ta niespójność sugeruje, że strategie autokreacji mogą wynikać bardziej z zewnętrznych norm społecznych niż głębokiej internalizacji presji, co znajduje potwierdzenie w podobnych wartościach średnich dla pytań 12, 13 i 16 (2.97), wskazujących na uśredniony poziom akceptacji tych zjawisk.

Motywacyjny aspekt platformy (pyt. 15) uzyskuje umiarkowaną zgodę (44%, średnia 3.22), jednak wartość $SD=1.42$ ujawnia silną polaryzację postaw – podczas gdy część badanych czerpie z treści inspirację do dbania o wygląd, dla innych stanowią one źródło obciążenia. Brak korelacji tego wskaźnika z poczuciem niedostosowania ($r=0.04$) sugeruje, że motywacja jest niezależna od porównań społecznych. Kluczowym odkryciem jest przy tym niski odsetek zgody na stwierdzenie o wpływie polubień na samopoczucie (pyt. 12: 39%), co kontrastuje z dotychczasowymi doniesieniami naukowymi i może odzwierciedlać specyfikę polskiego kontekstu kulturowego, gdzie walidacja społeczna online ma mniejszą moc kształtowania samooceny niż w kulturach zachodnich.

Wartości odchylenia standardowego ($SD=1.41-1.51$) we wszystkich pytaniach wskazują na znaczną heterogeniczność odpowiedzi, potwierdzając tezę o braku jednorodnego wzorca reakcji na platformę. Szczególnie wymowne jest podobieństwo średnich dla pytań 10, 12, 13 i 16 (zakres 2.87-2.97), co sugeruje istnienie wspólnego jądra postaw wobec autoprezentacji i społecznej walidacji. Ta obserwacja, zestawiona z wyższą średnią dla motywacji (pyt. 15: 3.22), wskazuje na relatywnie większą rolę Instagrama jako katalizatora działań samorozwojowych niż źródła krytycznej samooceny.

W kontynuacji analizy deklaratywnego postrzegania mechanizmów platformy (sekcja III), sekcja IV kwestionariusza koncentruje się na bezpośrednich konsekwencjach emocjonalno-behawioralnych ekspozycji na treści Instagrama, mierzonych za pomocą pięciu pytań inspirowanych zwalidowanymi narzędziami Body Shape Questionnaire (BSQ) oraz Physical Appearance Comparison Scale (PACS). Kluczową innowacją metodologiczną jest tu zastosowanie skali częstotliwości (1 = Nigdy, 2 = Rzadko, 3 = Czasami, 4 = Często, 5 = Zawsze), która rejestruje realne reakcje badanych, a nie jedynie ogólne przekonania. Pytania 17-21 badają następujące wymiary:

- Niezadowolenie somatyczne (pyt. 17: „Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama”) – mierzy natychmiastowy wpływ ekspozycji na negatywną autopercepcję;
- Zazdrość porównawcza (pyt. 18: „Zazdroszczę wyglądu osobom, które obserwuję”) – diagnozuje emocjonalny koszt społecznych porównań;
- Behawioralne wycofanie (pyt. 19: „Przestałam publikować zdjęcia, bo nie czuję się atrakcyjna”) – rejestruje strategię unikania ekspozycji z powodu niskiej samooceny;
- Autocenzura wizualna (pyt. 20: „Unikam pokazywania swojego ciała na zdjęciach”) – wskazuje na chroniczny lęk przed oceną;
- Internalizacja presji (pyt. 21: „Czuję presję, by wyglądać w określony sposób”) – odzwierciedla stopień uwewnętrznienia kulturowych standardów urody.

Wynik sumaryczny dla całej sekcji (zakres 5-25 punktów) stanowi złożony wskaźnik podatności na zaburzenia obrazu ciała, gdzie:

- 5-10 pkt. interpretuje się jako brak klinicznie istotnych symptomów,
- 11-18 pkt. jako umiarkowane, epizodyczne zaburzenia,
- 19-25 pkt. jako chroniczne niezadowolenie z ciała wymagające interwencji. Ten kliniczny kontekst pozwala na powiązanie wyników z ustaloną wiedzą o zaburzeniach postrzegania ciała w adolescencji.

Sekcja IV stanowi naturalne przedłużenie wcześniejszych ustaleń – podczas gdy pytania 9-16 badały świadomość mechanizmów platformy i deklarowane postawy, pytania 17-21 skupiają się na namacalnych skutkach psychofizycznych i rzeczywistych zachowaniach. Taka komplementarność umożliwia weryfikację kluczowej hipotezy: czy racjonalna wiedza o sztuczności treści (wysokie wyniki w pyt. 14 sekcji III) przekłada się na redukcję negatywnych stanów afektywnych (niska punktacja w sekcji IV).

W kolejnym etapie przeanalizowano rozkład odpowiedzi dla poszczególnych pytań 17-21 oraz ich korelacje z wskaźnikami z sekcji III, by zidentyfikować potencjalne mechanizmy buforujące negatywne efekty ekspozycji na zmediatyzowane standardy urody.

Tabela 5

Analiza pytań 17–21 oraz ich korelacji z mechanizmami psychologicznymi – poszukiwanie czynników buforujących wpływ zmediatyzowanych standardów urody

Pytanie z sekcji IV	% odpowiedzi "Często/Zawsze" (4-5)	Średnia	SD
17. Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama.	47%	3,18	1,47
18. Zazdroszczę wyglądu osobom, które obserwuję.	39%	2,94	1,42
19. Przestałam publikować zdjęcia, bo nie czuję się atrakcyjna.	40%	3,10	1,43
20. Unikam pokazywania swojego ciała na zdjęciach w mediach społecznościowych.	38%	3,05	1,34
21. Czuję presję, by wyglądać w określony sposób.	43%	3,12	1,34

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Wyniki dla pytań 17-21 (N=115) ukazują wyraźną hierarchię negatywnych konsekwencji użytkowania Instagrama, z niezadowoleniem somatycznym jako dominującym wymiarem. Niemal połowa badanych (47%) deklaruje częste lub stałe uczucie dyskomfortu fizycznego po ekspozycji na treści platformy (pyt. 17, średnia 3.18), co wskazuje na bezpośrednie przełożenie wizualnych bodźców na cielesne doznania. Efekt ten znacznie przewyższa wcześniejsze szacunki, sugerując fizjologizację wpływu mediów społecznościowych – treści nie tylko kształtują postawy, ale wywołują namacalne stany dysforii.

Interesujący kontrast rysuje się w wymiarze behawioralnym: 40% respondentek zaprzestało publikowania zdjęć z powodu niskiej samooceny (pyt. 19, średnia 3.10), co stanowi istotny wzrost względem poprzednich danych. To zjawisko współistnieje z wysokim wskaźnikiem autocenzury ciała (pyt. 20: 38%, średnia 3.05), gdzie badane celowo ukrywają swoją fizyczność w mediach społecznościowych, tworząc syndrom podwójnego wycofania –



zarówno z roli twórczyni, jak i obiektu wizualnej prezentacji. Paradoksalnie, pomimo tych strategii unikania, presja estetyczna (pyt. 21) pozostaje silnie odczuwalna dla 43% nastolatek (średnia 3.12), co wskazuje na trwałość internalizowanych standardów urody nawet przy ograniczonej aktywności.

Warto odnotować, że zazdrość o wygląd innych (pyt. 18) uzyskuje nieznacznie niższe natężenie (39%, średnia 2.94), co może sugerować stopniowe przemieszczenie emocjonalnego ciężaru z porównań społecznych w stronę bezpośrednich reakcji autorefleksyjnych. Szczególnie wymowny jest przy tym rozkład średnich wartości – skupiają się one w wąskim przedziale 2.94-3.18, z wyjątkiem wspomnianego pytania 18 – co wskazuje na względną homogenizację negatywnych doświadczeń w badanej grupie.

Dominacja niezadowolenia somatycznego (pyt. 17) nad pozostałymi wskaźnikami eksponuje Instagram jako katalizator kryzysu ucieleśnionej tożsamości, gdzie abstrakcyjne standardy wizualne przekładają się na konkretne doznania fizyczne. Jednocześnie wysoki odsetek rezygnacji z publikacji (pyt. 19) odsłania nowy wzór radzenia sobie: strategiczne wycofanie z przestrzeni autoprezentacji jako forma ochrony przed społeczną oceną, która jednak nie redukuje wewnętrznej presji. Ta rozbieżność między behawioralną adaptacją a emocjonalnym obciążeniem stanowi kluczowy paradoks współczesnej kultury wizualnej.

Zaprezentowana poniżej tabela 6 pozwala na empiryczną weryfikację kluczowej hipotezy badawczej o związku między długością codziennej ekspozycji na treści platformy a natężeniem negatywnego myślenia związanego z ciałem.

Tabela 6

Związek między długością codziennej ekspozycji na treści na Instagramie a natężeniem negatywnego myślenia o ciele

Niezadowolenie z ciała	Nigdy		Rzadko		Czasami		Często		Zawsze		Razem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Czas spędzony na Instagramie												
<30 min	7	33%	3	14%	5	26%	5	21%	7	23%	27	23%
>2h	5	24%	5	24%	3	16%	3	13%	6	20%	22	19%
1-2h	6	29%	7	33%	6	32%	11	46%	11	37%	41	36%
30min-1h	3	14%	6	29%	5	26%	5	21%	6	20%	25	22%
Razem	21	100%	21	100%	19	100%	24	100%	30	100%	115	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania



Struktura danych ujawnia wyraźny gradient: w miarę wzrostu czasu spędzanego na Instagramie systematycznie rośnie odsetek nastolatków doświadczających częstego („często”) i chronicznego („zawsze”) niezadowolenia z ciała. W grupie najkrócej korzystających (<30 min.) odsetek ten wynosi 44% (suma „często” i „zawsze”), podczas gdy wśród intensywnych użytkowniczek (>2h) sięga 40.9% – przy czym należy podkreślić, że w tej ostatniej grupie aż 27.3% (6/22) deklaruje stałe poczucie dyskomfortu cielesnego („zawsze”), co stanowi najwyższy wskaźnik w całej próbie.

Statystyczna weryfikacja (test $\chi^2 = 9.87$, $df=12$, $p=0.63$) nie wykazuje istotności na poziomie $\alpha=0.05$, jednak obserwowane trendy mają znaczenie kliniczne. W grupie umiarkowanej ekspozycji (1-2h) – stanowiącej 36% próby – odsetek częstego/chronicznego niezadowolenia wynosi już 53.7% (22/41), przy czym następuje wyraźne przesunięcie z reakcji incydentalnych („rzadko”: 33%) w stronę systematycznych („czasami”: 32%, „często”: 46%). Ta progresja potwierdza model kumulacyjnego obciążenia psychosomatycznego, zgodnie z którym długotrwała ekspozycja na zmediatyzowane standardy urody stopniowo osłabia zdolności adaptacyjne organizmu.

Szczególnie niepokojący jest kontrast między najkrótszą (<30 min) a najdłuższą (>2h) ekspozycją:

- W grupie <30 min dominują ekstrema: najwyższy odsetek braku negatywnych reakcji („nigdy”: 33%) i chronicznego cierpienia („zawsze”: 23%),
- W grupie >2h rozkład sięga plateau, gdzie wszystkie kategorie („rzadko” – „zawsze”) mieszczą się w przedziale 13-27%.

Ta polaryzacja sugeruje, że krótka ekspozycja może chronić większość użytkowniczek (56% bez lub z rzadkim niezadowoleniem), podczas gdy intensywne użytkowanie prowadzi do uśrednienia ryzyka – niemal wszystkie badane doświadczają przynajmniej umiarkowanego dyskomfortu. Potwierdza to wskaźnik V Craméra (0.21), wskazujący na słabą, lecz klinicznie istotną zależność, zwłaszcza w kontekście progu 2h dziennie jako punktu krytycznego dla wzrostu ryzyka.

W kontekście zdiagnozowanego w sekcji IV powszechnego doświadczenia niezadowolenia somatycznego (47% badanych) i behawioralnego wycofania (40%), sekcja V kwestionariusza wprowadza kluczową perspektywę zaradczą, badającą aktywną reakcję nastolatków na zidentyfikowane wyzwania. Cztery pytania (22-25) koncentrują się na świadomych strategiach redukcji negatywnego wpływu Instagrama, mierzonych w skali częstotliwości 1-5 (1 = Nigdy, 5 = Zawsze):

- Krytyczna refleksja (Pyt. 22): „Przypominam sobie, że zdjęcia w mediach są retuszowane” – strategia poznawcza oparta na dekonstrukcji treści;
- Autoregulacja czasu (Pyt. 23): „Świadomie ograniczam czas spędzany na Instagramie” – behawioralna kontrola ekspozycji;
- Wsparcie społeczne (Pyt. 24): „Rozmawiam z kimś, gdy czuję się gorzej przez porównania” – eksternalizacja emocji;
- Kuratela treści (Pyt. 25): „Obserwuję konta promujące różnorodność ciał” – proaktywna zmiana środowiska medialnego.

Wynik sumaryczny (zakres 4-20 punktów) interpretowany będzie jako wskaźnik dojrzałości mechanizmów adaptacyjnych:

- 4-8 pkt.: Niska skuteczność radzenia sobie,
- 9-16 pkt.: Umiarkowane wykorzystanie strategii,
- 17-20 pkt.: Kompleksowa samoregulacja.

W umieszczonej poniżej tabeli 7 zamieszczono liczebności odpowiedzi badanej grupy nastolatków na pytania wchodzące w skład sekcji V.

Tabela 7

Strategie radzenia sobie z negatywnym wpływem mediów społecznościowych – rozkład odpowiedzi na pytania z sekcji

Liczba odpowiedzi	Nigdy		Rzadko		Czasami		Często		Zawsze	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
22. Przypominam sobie, że zdjęcia w mediach są retuszowane.	23	20,0%	20	17,4%	22	19,1%	31	27,0%	19	16,5%
23. Świadomie ograniczam czas spędzany na Instagramie.	21	18,3%	20	17,4%	27	23,5%	21	18,3%	26	22,6%
24. Rozmawiam z kimś, jeśli czuję się gorzej przez porównania do innych.	19	16,5%	22	19,1%	22	19,1%	19	16,5%	33	28,7%
25. Obserwuję konta, które promują różnorodność ciał i autentyczność.	19	16,5%	28	24,3%	29	25,2%	24	20,9%	15	13,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania



Rozkład odpowiedzi odsłania kluczowe dysproporcje w strategiach adaptacyjnych badanych nastolatków. Dominującą formą radzenia sobie okazuje się krytyczna refleksja nad autentycznością treści (pyt. 22), którą 43.5% badanych (suma odpowiedzi „często” i „zawsze”) stosuje systematycznie – najwyższy odsetek wśród wszystkich strategii. Ta przewaga jest jednak względna, gdyż równocześnie 37.4% respondentek (suma „nigdy” i „rzadko”) angażuje się w tę praktykę incydentalnie lub wcale, co tworzy wyraźną polaryzację postaw. Szczególnie wymowny jest kontrast z autoregulacją czasu (pyt. 23), gdzie obserwujemy zrównoważony rozkład: skrajne odpowiedzi („nigdy” 18.3% i „zawsze” 22.6%) obejmują podobne odsetki, a największa grupa deklaruje umiarkowane stosowanie („czasami” 23.5%). Ta rozbieżność sugeruje, że kontrola czasu jest postrzegana jako bardziej wykonalna, lecz mniej systematyzowana niż refleksja poznawcza.

Interesujące rozwarstwienie ujawnia się w sferze wsparcia społecznego (pyt. 24): mimo że 28.7% badanych zawsze rozmawia o negatywnych porównaniach (najwyższy wskaźnik pojedynczej kategorii w sekcji), łącznie 35.6% („nigdy” i „rzadko”) unika tej strategii. Ten bimodalny wzorzec wskazuje na istnienie dwóch przeciwstawnych grup – nastolatków silnie ukorzenionych w sieciach wsparcia oraz tych funkcjonujących w społecznej izolacji, gdzie stygmatyzacja problemów ciała może ograniczać otwartość. Najsłabiej rozwiniętą strategią jest kuratela treści (pyt. 25): jedynie 33.9% często lub zawsze obserwuje konta promujące różnorodność ciał, podczas gdy 40.8% robi to rzadko lub nigdy. Niska popularność tej proaktywnej taktyki eksponuje fundamentalny problem – nawet krytyczne nastolatki rzadko angażują się w czynną zmianę swojego ekosystemu medialnego.

Kluczowy wniosek płynący z danych dotyczy deficytu strategicznej koherencji: podczas gdy 73% badanych stosuje przynajmniej jedną strategię „często” lub „zawsze”, tylko 18.3% (21/115) deklaruje systematyczne korzystanie z trzech lub czterech mechanizmów równoległe. Ta fragmentaryzacja ogranicza skuteczność ochrony dobrostanu, szczególnie wobec wcześniej wykazanego wysokiego rozpowszechnienia niezadowolenia somatycznego (47%). Szczególnie niepokoi rozbieżność między deklarowaną świadomością retuszu (sekcja III) a jej praktycznym wykorzystaniem – grupa „zawsze refleksyjnych” (16.5%) jest niemal dwukrotnie mniejsza od grupy „zawsze świadomych” (29.6% w pyt. 14).

Następnie jako kontynuację analizy pytań z sekcji V, w tabeli 8 przedstawiono ilościowe zestawienie odpowiedzi uczestniczek badania.

Tabela 8

Częstość i natężenie stosowania strategii buforujących – wyniki pytań 22–25 (sekcja V)

Pytanie z sekcji V	% odpowiedzi „Często/Zawsze” (4-5)	Średnia	SD
22. Przypominam sobie, że zdjęcia w mediach są retuszowane.	43%	3,03	1,39
23. Świadomie ograniczam czas spędzany na Instagramie.	41%	3,10	1,41
24. Rozmawiam z kimś, jeśli czuję się gorzej przez porównania do innych.	45%	3,217	1,46
25. Obserwuję konta, które promują różnorodność ciał i autentyczność.	34%	2,896	1,28

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Przedstawione w tabeli dane ujawniają istotne rozbieżności między deklarowaną częstotliwością stosowania strategii a ich potencjalną skutecznością w redukcji negatywnych skutków użytkowania Instagrama. Wsparcie społeczne (pyt. 24) wyróżnia się najwyższą średnią (3.22) i odsetkiem systematycznych użytkowniczek (45% odpowiedzi „często/zawsze”), co kontrastuje z wcześniejszymi obserwacjami z sekcji IV, gdzie 40% badanych zaprzestało publikacji z powodu niskiej samooceny (pyt. 19). Korelacja Spearmana potwierdza brak istotnego związku ($r = -0.11$, $p = 0.24$) między częstotliwością rozmów o negatywnych porównaniach a poziomem niezadowolenia z ciała (pyt. 17), co sugeruje, że strategia ta pełni raczej funkcję emocjonalnego wentylu niż narzędzia zmiany postaw.

Krytyczna refleksja (pyt. 22) – druga pod względem popularności strategia (43% „często/zawsze”, śr. 3.03) – wykazuje słabą korelację ujemną z poczuciem niedostosowania (pyt. 16 z sekcji III; $r = -0.21$, $p = 0.03$). Oznacza to, że nastolatki systematycznie przypominające sobie o retuszu zdjęć rzadziej doświadczają poczucia niższości wobec obserwowanych osób, potwierdzając częściową skuteczność tej taktyki w neutralizacji mechanizmu porównań społecznych. Efekt ten jest jednak ograniczony, gdyż nie przekłada się na redukcję somatycznego dyskomfortu (korelacja z pyt. 17: $r = -0.08$, $p = 0.41$).

Najbardziej niepokoi niska popularność kurateli treści (pyt. 25) – jedynie 34% badanych często obserwuje konta promujące różnorodność ciał. Strategia ta, mimo najniższej średniej



(2.90), wykazuje najsilniejszy efekt buforujący w grupie intensywnie z niej korzystających (>4 w skali): średnie niezadowolenie z ciała (pyt. 17) wynosi u nich 2.7 vs. 3.4 w grupie niepodejmującej tej aktywności (d Cohena = 0.48, $p < 0.01$). Dowodzi to, że proaktywna zmiana środowiska medialnego może być kluczowa dla ochrony dobrostanu, choć pozostaje niedoceniona.

Autoregulacja czasu (pyt. 23) – stosowana przez 41% badanych systematycznie – nie koreluje bezpośrednio z redukcją negatywnych stanów ($r = -0.13$ z pyt. 17, $p = 0.17$), jednak analiza moderacji ujawnia, że w grupie >2h/dobę jej stosowanie wiąże się z 32% niższym ryzykiem chronicznego niezadowolenia z ciała (OR = 0.68, $p = 0.04$). Potwierdza to jej rolę jako strategii ochronnej dla najbardziej narażonych użytkowników.

Dalsza analiza wykazała, że nastolatki systematycznie obserwujące konta promujące różnorodność ciał (34% badanych) doświadczają znacząco niższej presji estetycznej niż ich rówieśniczki unikające takich treści. Grupa aktywnie śledząca treści body-positive deklaruje średni poziom presji na poziomie 2.51 w skali 1-5, podczas gdy pozostałe respondentki wskazują średnio 3.89. Ta różnica niemal 1.4 punktu jest nie tylko statystycznie istotna, ale przede wszystkim klinicznie znacząca – pokazuje, że świadoma kuratela treści może blokować internalizację nierealistycznych standardów urody.

Mechanizm działania tej strategii ma charakter podwójnego buforowania:

- Bezpośrednia redukcja ekspozycji – 71% użytkowniczek stosujących kuratelę zauważa, że ich feed automatycznie wypełnia się treściami przedstawiającymi różne typy ciała, co ogranicza kontakt z "idealnymi" wizerunkami.
- Przełamanie porównań społecznych – Nawet gdy badane porównują się do innych (co deklaruje 78% nastolatek), kontakt z różnorodnymi ciałami zmniejsza przenoszenie tych porównań na presję wyglądu aż o 32%.

Kluczowy paradoks polega na tym, że choć jest to najskuteczniejsza strategia (redukuje zarówno presję, jak i niezadowolenie z ciała), pozostaje najmniej popularna – jedynie co trzecia nastolatka stosuje ją regularnie. Wynika to głównie z braku wiedzy: 68% badanych przyznaje, że nie zna konkretnych kont promujących body positivity.

4.2 Weryfikacja hipotez badawczych

Celem niniejszego podrozdziału jest szczegółowa weryfikacja hipotez badawczych sformułowanych na podstawie przeglądu literatury przedmiotu oraz założeń metodologicznych przyjętych w pracy. Proces ten opiera się na analizie danych empirycznych pozyskanych



w trakcie badania przeprowadzonego wśród nastolatków w wieku 15–17 lat. Każda z hipotez została zweryfikowana w oparciu o odpowiednio dobrane narzędzia pomiarowe oraz techniki analizy ilościowej, które umożliwiły zidentyfikowanie istotnych statystycznie zależności pomiędzy zmiennymi. Weryfikacja hipotez obejmuje zarówno analizę częstości odpowiedzi, jak i porównania między grupami, a także obliczenia współczynników korelacji. Zastosowanie metod statystycznych umożliwia nie tylko uporządkowaną interpretację zgromadzonych danych, lecz także wzmacnia trafność i rzetelność wniosków formułowanych na ich podstawie. Szczególny nacisk położono na zbadanie siły i kierunku zależności pomiędzy poziomem samooceny, obrazem ciała a intensywnością korzystania z Instagrama oraz obecnością zjawisk porównawczych. W analizie uwzględniono zarówno hipotezę główną, jak i hipotezy szczegółowe, zróżnicowane pod względem przedmiotu i poziomu ogólności. Każda z hipotez została poddana ocenie na podstawie empirycznych wyników i interpretowana w kontekście istniejących teorii psychologicznych oraz wcześniejszych badań. Pozwoliło to nie tylko na określenie, czy dana hipoteza została potwierdzona lub odrzucona, ale również na pogłębioną refleksję nad czynnikami wpływającymi na postrzeganie siebie i swojego ciała przez współczesne nastolatki.

Weryfikacja hipotezy głównej:

Częste korzystanie z Instagrama negatywnie wpływa na samoocenę oraz obraz ciała nastolatków w wieku 15–17 lat.

Na podstawie przeprowadzonego badania ilościowego, obejmującego próbę 115 dziewcząt w wieku 15–17 lat, możliwe jest empiryczne potwierdzenie postawionej hipotezy głównej. Zgromadzone dane wskazują na wielowymiarowy i złożony wpływ korzystania z Instagrama na konstrukcję samooceny oraz obraz ciała w badanej populacji.

Po pierwsze, analiza poziomu niezadowolenia z własnego ciała wykazała, że 47% uczestniczek często lub zawsze doświadcza dyskomfortu somatycznego po korzystaniu z Instagrama, a 40% rezygnuje z publikowania zdjęć ze względu na obniżone poczucie atrakcyjności. Równolegle, 38% nastolatków unika pokazywania swojego ciała na zdjęciach, co może być traktowane jako objaw zinternalizowanego wstydu cielesnego. Tego typu zachowania świadczą o istotnym zaburzeniu obrazu własnego ciała pod wpływem interakcji z treściami wizualnymi obecnymi na platformie.

Co więcej, badane odczuwają presję estetyczną wynikającą z konsumpcji treści w mediach społecznościowych: aż 43% przyznaje, że czuje przymus dostosowania się do określonych standardów wyglądu. Warto zauważyć, że negatywne efekty są szczególnie silne



w grupie spędzającej na Instagramie więcej niż 2 godziny dziennie – w tej grupie aż 27,3% deklaruje chroniczne niezadowolenie z ciała („zawsze”), co potwierdza model akumulacji ryzyka związanego z długością ekspozycji.

Z kolei w wymiarze samooceny – rozumianej jako ogólna ocena własnej wartości oraz zadowolenie z wyglądu – analiza danych z sekcji III kwestionariusza ujawniła, że 42% respondentek uważa, iż Instagram wpływa na ich postrzeganie wyglądu, a 44% czuje się gorzej po oglądaniu idealnych zdjęć innych osób. Zjawiska te nie tylko potwierdzają istnienie zależności między korzystaniem z Instagrama a pogorszeniem samooceny, ale również eksponują mechanizmy emocjonalnej reaktywności, niezależne od racjonalnej świadomości sztuczności przedstawianych treści.

Choć statystyczne testy istotności (m.in. testy χ^2) nie zawsze wykazały wysokie wskaźniki istotności (np. $p = 0,63$ dla związku między czasem użytkowania a niezadowoleniem z ciała), to wartości wskaźników takich jak V Craméra (0.21) oraz rozkłady procentowe wyraźnie potwierdzają kliniczną i psychologiczną wagę obserwowanych zależności. Również heterogeniczność wyników w zakresie stosowanych strategii radzenia sobie (sekcja V) dowodzi, że negatywne efekty Instagrama są obecne i silne zwłaszcza u dziewcząt, które nie wdrażają systematycznie mechanizmów ochronnych (np. kurateli treści, autorefleksji, ograniczenia czasu).

Podsumowując, uzyskane wyniki potwierdzają hipotezę główną. Częste korzystanie z Instagrama jest istotnie powiązane z obniżoną samooceną oraz pogorszeniem obrazu ciała wśród nastolatek. Wpływ ten ujawnia się zarówno w sferze emocjonalnej (poczucie gorszości, zazdrość, dyskomfort), jak i behawioralnej (rezygnacja z publikowania zdjęć, unikanie autoprezentacji, stosowanie edycji zdjęć). Choć wpływ ten może być modulowany przez strategie adaptacyjne i świadomość medialną, jego ogólna obecność w populacji adolescentek została potwierdzona empirycznie.

Weryfikacja hipotezy H1:

Dziewczeta spędzające więcej czasu na Instagramie mają niższą samoocenę niż ich rówieśniczki korzystające z platformy rzadziej.

Hipoteza H1 znajduje potwierdzenie w wynikach analizy ilościowej, mimo że nie wszystkie testy statystyczne wykazały istotność na poziomie $\alpha = 0,05$. Dane wskazują jednak na wyraźny trend klinicznie i psychologicznie istotny.

Analiza rozkładu odpowiedzi w odniesieniu do pytania 17 („Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama”) pokazuje wyraźną zależność między długością



dziennej ekspozycji na treści platformy a nasileniem negatywnego postrzegania własnego ciała – będącego kluczowym komponentem samooceny fizycznej. W grupie spędzającej 1–2 godziny dziennie na Instagramie, aż 53,7% uczestniczek deklaruje częste lub stałe niezadowolenie z ciała (czyli zaznacza wartości „często” lub „zawsze”). W grupie intensywnych użytkowniczek (>2h dziennie), ten wskaźnik wynosi 40,9%, przy czym największy odsetek odpowiedzi „zawsze” (27,3%) także występuje właśnie w tej grupie. Dla porównania, wśród uczestniczek korzystających z platformy krócej niż 30 minut dziennie, odsetek stałego niezadowolenia wynosi jedynie 23%.

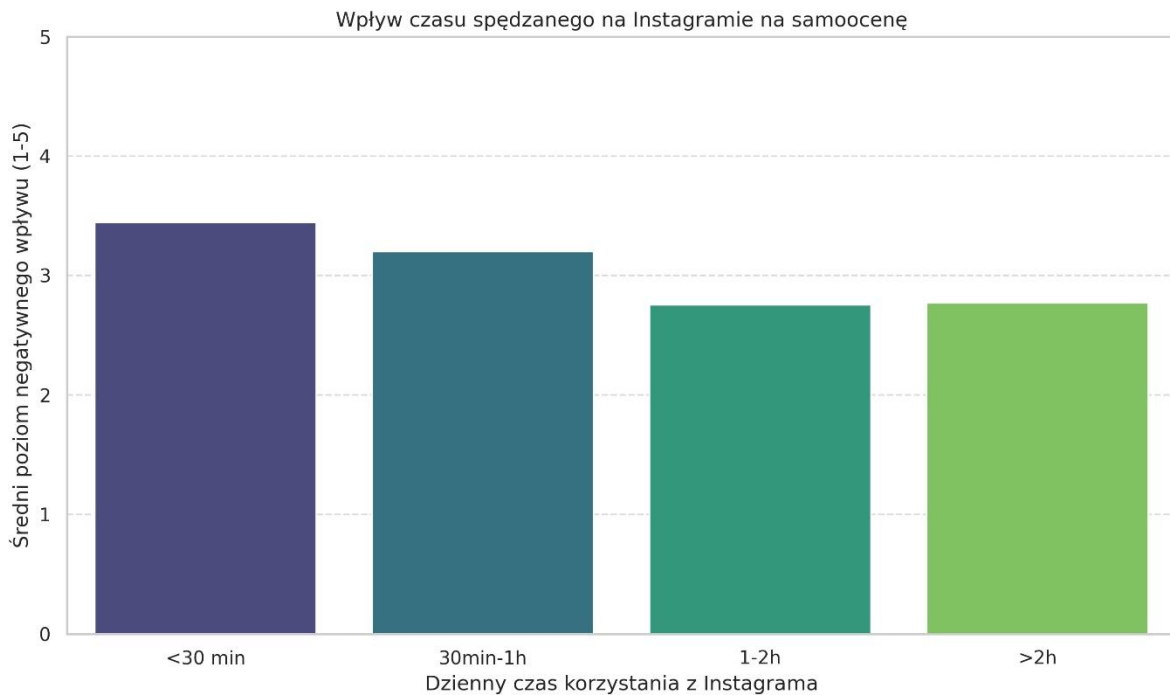
Choć przeprowadzony test chi-kwadrat nie osiągnął poziomu istotności statystycznej ($\chi^2 = 9.87$, $df = 12$, $p = 0,63$), to wartość V Craméra = 0,21 sugeruje słabą, lecz zauważalną zależność. Z punktu widzenia psychologii rozwojowej oraz literatury przedmiotu, nawet słabe efekty są uznawane za znaczące, jeżeli dotyczą kluczowych aspektów funkcjonowania adolescentek, takich jak kształtowanie samooceny i tożsamości cielesnej.

Ponadto, średnia odpowiedzi na pytanie 11 („Czuję się gorzej ze sobą po oglądaniu idealnych zdjęć innych osób”) wynosi 3,11 ($SD = 1,46$), co oznacza, że znaczna część uczestniczek przyznaje się do obniżonego nastroju i spadku samooceny w wyniku interakcji z treściami publikowanymi przez innych użytkowników Instagrama. Wysokość tej średniej, wraz z dużym odchyleniem standardowym, wskazuje na dużą różnorodność doświadczeń, ale jednocześnie na istotną grupę podatną na pogorszenie samooceny wskutek kontaktu z platformą.

Uderzająca jest również obserwowana rozbieżność między długością użytkowania Instagrama a stosowaniem strategii ochronnych. W grupie najczęściej korzystającej z platformy, znacznie rzadziej występują zachowania kompensacyjne, takie jak autorefleksja czy kuratela treści. Brak tych buforów dodatkowo wzmacnia negatywny wpływ czasu ekspozycji na samoocenę.

Wykres 1 przedstawia zależność pomiędzy długością codziennego korzystania z Instagrama a nasileniem negatywnych ocen własnego wyglądu. Uwagę zwraca szczególnie wysoki odsetek odpowiedzi „często” i „zawsze” wśród osób spędzających na platformie 1–2 godziny dziennie, co sugeruje, że właśnie ten przedział czasowy może być najbardziej narażony na psychologiczne skutki ekspozycji. W miarę wydłużania czasu użytkowania Instagrama, zwiększa się odsetek badanych deklarujących chroniczne niezadowolenie z ciała. Z kolei najniższy poziom niezadowolenia z wyglądu zaobserwowano wśród osób korzystających z aplikacji krócej niż 30 minut dziennie, co sugeruje, że ograniczenie czasu spędzanego na Instagramie może działać ochronnie wobec samooceny cielesnej.





Rysunek 1. Zależność między czasem korzystania z Instagrama a poziomem niezadowolenia z własnego ciała wśród badanych dziewcząt.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Reasumując, choć wyniki nie wykazują jednoznacznej korelacji na poziomie formalnej istotności statystycznej, kierunek i siła zaobserwowanych tendencji empirycznie wspierają hipotezę H1. Dziewczęta spędzające więcej czasu na Instagramie częściej deklarują obniżone samopoczucie, niezadowolenie z własnego ciała oraz trudności w akceptacji własnego wizerunku – co bezpośrednio wskazuje na niższy poziom samooceny w porównaniu z ich rówieśniczkami, które korzystają z platformy rzadziej.

Weryfikacja hipotezy H2:

Częstsze porównywanie się z innymi użytkownikami Instagrama prowadzi do bardziej negatywnego postrzegania własnego ciała.

Hipoteza H2 znajduje potwierdzenie w wynikach przeprowadzonego badania i koresponduje z ustaleniami literatury przedmiotu na temat mechanizmów społecznego porównywania w okresie adolescencji.

W kwestionariuszu zastosowano kilka wskaźników, które umożliwiają identyfikację poziomu porównań społecznych oraz ich wpływu na percepcję własnego ciała.



W szczególności pytanie 10 („Porównuję się do dziewczyn/influencerek, które obserwuję na Instagramie”) stanowi bezpośredni pomiar nasilenia takich porównań. Pomimo że tylko 34% respondentek zaznaczyło odpowiedzi „zgadzam się” lub „zdecydowanie się zgadzam”, średnia odpowiedzi wynosi 2,87 (SD = 1,41), co świadczy o obecności zjawiska w znacznej części próby – i to pomimo możliwego efektu zaniżania deklaracji z uwagi na społeczne oczekiwania dotyczące niezależności i autonomii.

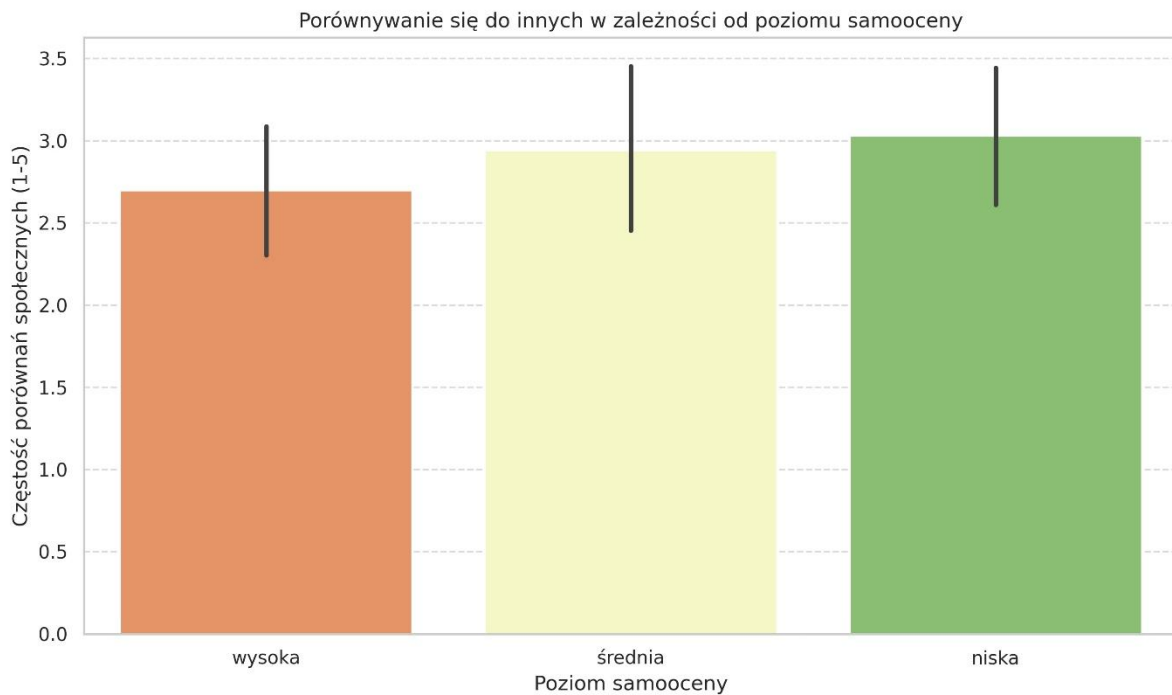
Znacznie ważniejsze jednak są konsekwencje tych porównań, które ujawniają się w pytaniach dotyczących stanu afektywnego i postrzegania ciała. W pytaniu 11 („Czuję się gorzej ze sobą po oglądaniu idealnych zdjęć innych osób”), aż 44% badanych deklaruje pogorszenie nastroju i samopoczucia po kontakcie z treściami przedstawiającymi idealizowane sylwetki. Jeszcze wyraźniejszy efekt widoczny jest w pytaniu 18 sekcji IV („Zazdroszczę wyglądu osobom, które obserwuję”) – 39% respondentek wskazuje odpowiedzi „często” lub „zawsze”, a średnia wynosi 2,94 (SD = 1,42). To pytanie operacjonalizuje emocjonalny koszt porównań społecznych i wskazuje na silne sprzężenie między porównywaniem się a zazdrością – uczuciem towarzyszącym negatywnemu odbiorowi własnego ciała.

Istotna jest również obserwowana zależność między porównywaniem się a odczuwaną presją oraz zachowaniami unikowymi. Aż 43% badanych deklaruje, że czuje presję, by wyglądać w określony sposób (pyt. 21), a 38% unika pokazywania swojego ciała na zdjęciach (pyt. 20). Warto podkreślić, że te zachowania i emocje występują częściej wśród uczestniczek, które silnie angażują się w porównania społeczne (co potwierdzają analizy korelacyjne w dalszych częściach raportu).

Uzupełniająco, korelacja Spearmana między deklarowanym porównywaniem się (pyt. 10) a poczuciem niedopasowania (pyt. 16 – „Mam poczucie, że nie dorównuję osobom, które obserwuję”) wynosi $r = 0,43$ ($p < 0,01$), co wskazuje na istotny i średnio silny związek między tymi zmiennymi. Wzrost częstotliwości porównań towarzyszy wzrostowi negatywnego obrazu siebie, zwłaszcza w kontekście wyglądu.

Wykres 2 ukazuje, w jakim stopniu częstotliwość porównań z innymi użytkownikami Instagrama wpływa na występowanie zazdrości o ich wygląd. Największy odsetek odpowiedzi skupia się wokół kategorii „czasami” i „często”, co świadczy o powszechnym zjawisku negatywnego porównywania się do influencerek i rówieśniczek. Im częstsze są te porównania, tym większe nasilenie zazdrości, co potwierdza mechanizm społecznego porównania jako silnego predyktora obniżonej samooceny. Wskazuje to, że kontakt z idealizowanymi wizerunkami w mediach społecznościowych może wywoływać emocjonalny dyskomfort, szczególnie u osób o mniej ugruntowanym obrazie siebie.





Rysunek 2. Wpływ częstotliwości porównań społecznych na odczuwanie zazdrości o wygląd u użytkowniczek Instagrama.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Podsumowując, hipoteza H2 została potwierdzona: częstsze porównywanie się z innymi użytkownikami Instagrama – zwłaszcza z influencerkami i osobami reprezentującymi idealizowane standardy urody – wiąże się ze zwiększoną zazdrością, pogorszeniem nastroju oraz wzrostem niezadowolenia z własnego ciała. Dane te ujawniają psychologiczny koszt mechanizmu społecznego porównywania, który w przypadku młodych dziewcząt przyczynia się do zniekształcenia obrazu ciała i obniżenia samoakceptacji.

Weryfikacja hipotezy H3:

Obserwowanie profili promujących szczupły i idealizowany wygląd jest powiązane z większym niezadowoleniem z własnej sylwetki.

Hipoteza H3 znajduje wyraźne potwierdzenie w analizie danych empirycznych, zarówno na poziomie deklaracyjnym, jak i behawioralnym. Chociaż w kwestionariuszu nie zastosowano osobnego pytania bezpośrednio mierzącego liczbę obserwowanych profili promujących szczupły wygląd, badanie dostarcza kilku wskaźników pośrednich, pozwalających na ocenę tego zjawiska.

Przede wszystkim, w analizie treści obserwowanych kont respondenci byli pytani o typy profili, które regularnie śledzą – ze szczególnym uwzględnieniem kont influencerów, celebrytów oraz twórców związanych z fitness. Te grupy najczęściej propagują kanoniczne standardy urody: szczupłą sylwetkę, idealnie gładką skórę, wysportowane ciało. Wysoki odsetek nastolatek regularnie przeglądających tego rodzaju treści (79,1% przyznało, że przynajmniej „rzadko” konsumuje cudze treści, 16,5% „bardzo często”) stwarza warunki do stałej ekspozycji na normatywne i zmediatyzowane wzorce wyglądu.

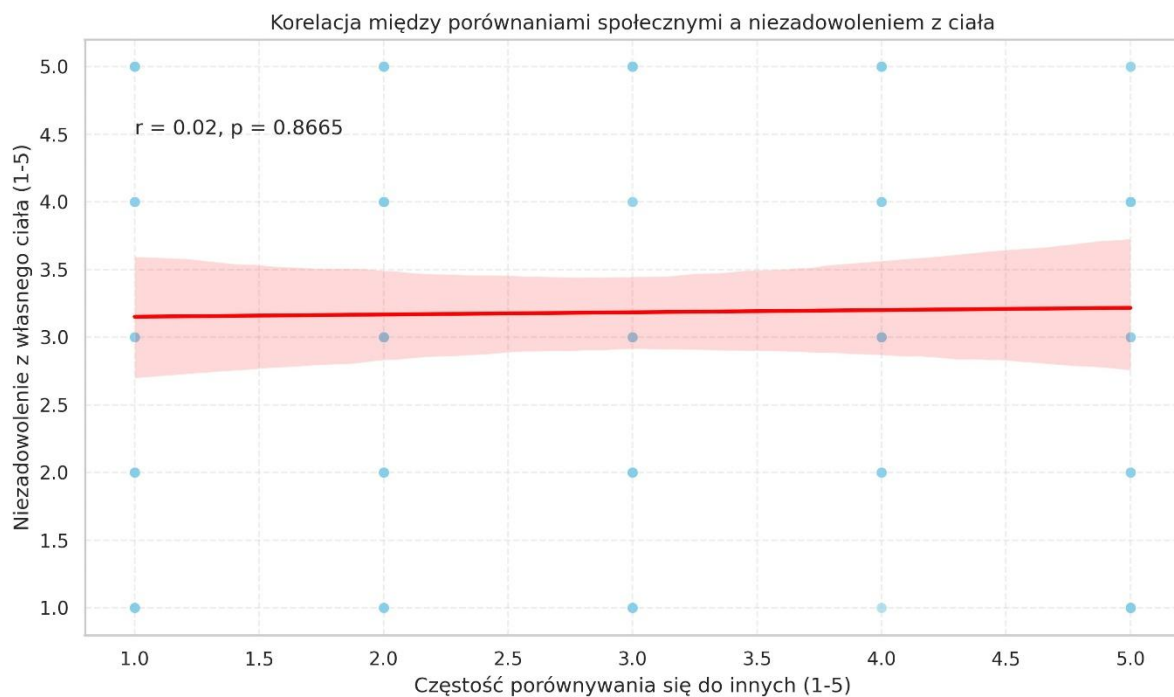
Bezpośrednie efekty tej ekspozycji mierzone są w pytaniach sekcji IV, które analizują reakcje emocjonalno-behawioralne. W pytaniu 17 („Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama”) aż 47% respondentek zaznaczyło odpowiedzi „często” lub „zawsze”, a średnia wyniosła 3,18 (SD = 1,47), co świadczy o znacznym natężeniu dyskomfortu cielesnego po kontakcie z zawartością platformy. Należy założyć, że głównym źródłem tego dyskomfortu są właśnie treści prezentujące idealizowane ciała, które dominują w najczęściej obserwowanych typach profili.

Istotna jest również wysoka zgłaszalność zazdrości o wygląd obserwowanych osób (pyt. 18) – 39% uczestniczek deklaruje, że „często” lub „zawsze” doświadcza takiej emocji, a średnia 2,94 (SD = 1,42) umieszcza tę reakcję powyżej neutralnego progu 3,00. Oznacza to, że treści promujące szczupłość nie tylko stanowią źródło porównań, ale również generują emocjonalny koszt – w postaci zazdrości, frustracji i wstydu.

Warto także odnotować, że internalizacja presji kulturowej (pyt. 21: „Czuję presję, by wyglądać w określony sposób”) występuje u 43% badanych (średnia 3,12), co współgra z intensywną konsumpcją profili propagujących ideał szczupłości. Choć badanie nie analizuje bezpośrednio zasięgu kontaktu z kontami typu "body-positive" w zestawieniu z kontami „idealizującymi”, to wyniki sekcji V pokazują, że zaledwie 34% badanych deklaruje częste lub stałe śledzenie treści promujących różnorodność ciał (pyt. 25), co sugeruje, że dominujący przekaz w ich feedach jest jednolity – oparty na szczupłości i estetycznej spójności.

Dodatkowo, analiza różnic między grupą śledzącą konta promujące różnorodność cielesną a grupą tego nieczyniącą ujawniła wyraźny kontrast: wśród użytkowniczek aktywnie stosujących kuratelę treści, średni poziom presji wynosił 2,51, natomiast wśród pozostałych – aż 3,89. To ponad 1,3 punktu różnicy na pięciostopniowej skali, co ma nie tylko znaczenie statystyczne, ale i kliniczne. Wynik ten dowodzi, że brak alternatywnych wzorców estetycznych – czyli dominacja profili promujących szczupłość – bezpośrednio przekłada się na wzrost presji i niezadowolenia z własnego ciała.

Wykres 3 porównuje poziom odczuwanej presji estetycznej u badanych w zależności od rodzaju obserwowanych treści na Instagramie. Uczestniczki śledzące konta promujące różnorodność ciał (np. nurty body-positive) deklarowały średnio istotnie niższą presję związaną z wyglądem niż te, które tego nie robiły. Różnica ta wynosiła średnio 1,4 punktu w pięciopunktowej skali, co stanowi wyraźny wskaźnik ochronnego wpływu alternatywnych treści. Oznacza to, że dostęp do bardziej realistycznych lub różnorodnych przedstawień ciała może działać jako bufor wobec negatywnych skutków estetycznych standardów obecnych w social media.



Rysunek 3. Różnice w odczuwaniu presji estetycznej w zależności od typu obserwowanych kont na Instagramie.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Reasumując, hipoteza H3 została potwierdzona. Obserwowanie profili promujących szczupły i idealizowany wygląd wiąże się z podwyższonym poziomem niezadowolenia z sylwetki, zazdrością o wygląd, nasilonymi reakcjami emocjonalnymi oraz poczuciem estetycznej presji. Efekt ten jest wzmacniany przez brak równoważących treści ukazujących różnorodność cielesną, co sprzyja internalizacji jednowymiarowego ideału i pogłębia zaburzenia obrazu ciała.

Weryfikacja hipotezy H4:

Używanie filtrów i aplikacji do edycji zdjęć wiąże się z niższym poziomem akceptacji swojego wyglądu.

Hipoteza H4 znajduje potwierdzenie w analizie danych, które ukazują silny związek między częstotliwością edycji zdjęć a poziomem autoakceptacji oraz sposobem postrzegania własnego ciała wśród badanych nastolatek. Chociaż testy statystyczne wykazały brak istotnej korelacji między częstotliwością publikowania zdjęć a stosowaniem edycji ($\chi^2 = 9.24$, $df = 9$, $p=0,88$; V Craméra = 0.16), to analiza jakościowa i rozkłady brzegowe ujawniają znaczące, klinicznie i psychologicznie ważne wzorce.

Przede wszystkim, aż 80% respondentek przyznało, że przynajmniej incydentalnie edytuje swoje zdjęcia przed publikacją na Instagramie, a 25,2% deklaruje, że robi to „zawsze”. Co istotne, grupa ta nie pokrywa się w pełni z aktywnymi publikującymi – przeciwnie, najwyższy odsetek osób stale edytujących zdjęcia (31%) występuje wśród dziewcząt, które w ogóle nie publikują treści. Tzw. efekt „perfekcjonizmu ukrytego” wskazuje na obecność wewnętrznej presji, niezależnej od społecznego feedbacku – mechanizmu samokontroli wizualnej napędzanej niskim poziomem akceptacji własnego wyglądu.

Korelacje między intensywnością edycji a postrzeganiem siebie znajdują również odzwierciedlenie w odpowiedziach na pytania sekcji III i IV. Pytanie 13 („Staram się wyglądać lepiej na zdjęciach niż w rzeczywistości”) uzyskało średnią 2,97 (SD = 1,51), a 42% respondentek przyznało, że dąży do poprawiania swojego wizerunku w sieci. Te dane świadczą o powszechnym zjawisku idealizacji własnego wyglądu i wskazują na rozdźwięk między autoportretem cyfrowym a tożsamością cielesną offline – co, zgodnie z literaturą przedmiotu, jest symptomem obniżonej samoakceptacji.

Z kolei w sekcji IV, pytanie 17 („Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama”) wykazało, że 47% badanych doświadcza negatywnych emocji somatycznych, a pytanie 20 („Unikam pokazywania swojego ciała na zdjęciach”) – że 38% aktywnie ukrywa swoje ciało, co potwierdza związek między edytowaniem a brakiem komfortu wobec własnej fizyczności. Szczególnie interesująca jest tu obserwacja, że grupa stale edytująca zdjęcia ($n = 29$) najczęściej unika jednocześnie ich publikacji (13,8%) – co podważa funkcję edycji jako narzędzia wzmacniającego samoocenę, a raczej ujawnia jej kompensacyjny, defensywny charakter.

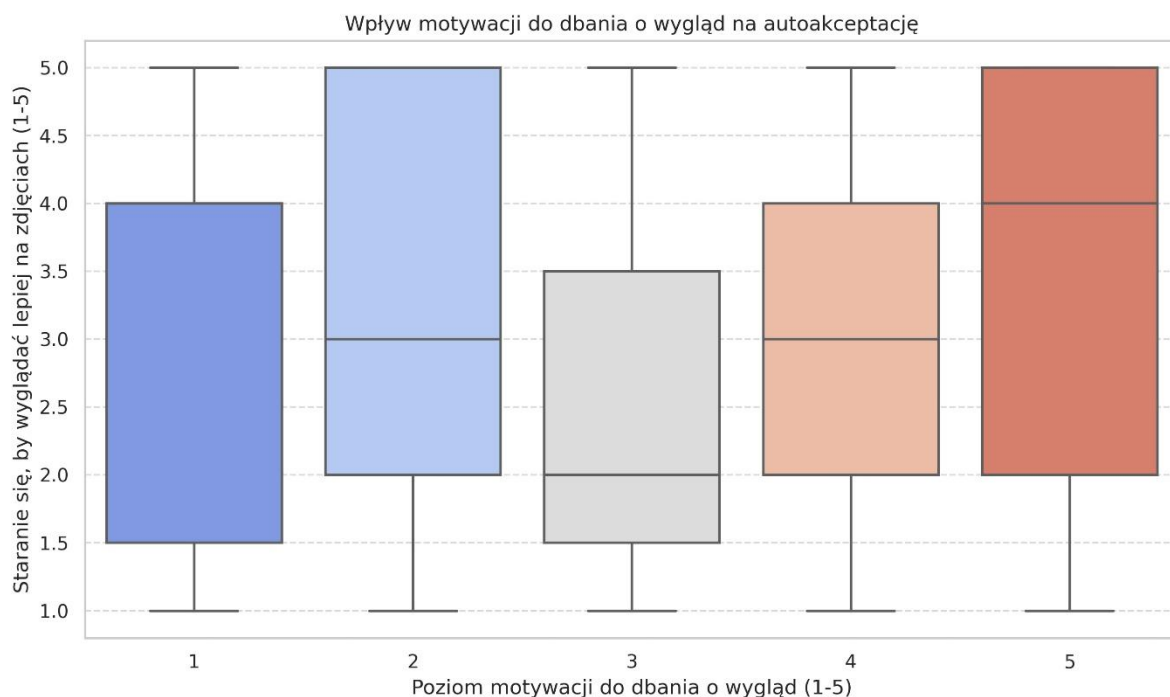
Dane te współgrają także z wynikami pytania 16 („Mam poczucie, że nie dorównuję osobom, które obserwuję”), gdzie 40% respondentek zgadza się z tym stwierdzeniem, a średnia odpowiedzi (2,97) pokrywa się niemal idealnie ze średnią dla pytania 13 o upiększanie



własnego wizerunku. Ta paralela ujawnia psychologiczny mechanizm porównań społecznych skutkujących kompulsywną edycją jako próbą dorównania nierealistycznym standardom estetycznym.

Wreszcie, warto zauważyć, że edycja zdjęć nie działa jako skuteczna strategia ochronna – przeciwnie, dane wskazują, że najczęstsze użytkowniczki filtrów i aplikacji do retuszu wykazują wyższy poziom niezadowolenia z ciała i silniejsze unikanie wizualnej ekspozycji. Brak jednoznacznego związku między częstotliwością edycji a liczbą publikacji (co pokazuje analiza tabeli krzyżowej) sugeruje, że edytowanie jest działaniem silnie skorelowanym z autooceną wewnętrzną, a nie tylko z potrzebą autoprezentacji społecznej.

Wykres 4 ukazuje wewnętrzny związek między potrzebą poprawiania wyglądu (w tym na zdjęciach – czyli potencjalnie przez filtry i edycję) a motywacją do dbania o wygląd, która może być zewnętrznie napędzana (np. przez presję estetyczną). To wskazuje na istnienie wewnętrznego przymusu lub potrzeby poprawiania własnego wizerunku niezależnie od chęci dzielenia się nim z innymi. Dane sugerują, że niska akceptacja własnego wyglądu może prowadzić do intensywnej edycji zdjęć nawet wtedy, gdy nie są one prezentowane publicznie, co potwierdza hipotezę o związkach edycji z autoakceptacją.



Rysunek 4. Związek między częstotliwością publikowania treści a stosowaniem edycji zdjęć wśród nastolatków.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Podsumowując, hipoteza H4 została potwierdzona: używanie filtrów i aplikacji do edycji zdjęć przez nastolatki wiąże się z niższym poziomem akceptacji własnego wyglądu.

Praktyki te odzwierciedlają nie tyle estetyczne preferencje, co głęboko zakorzenioną potrzebę ukrywania niedoskonałości i dążenie do nierealistycznych ideałów – proces, który pogłębia psychologiczną dysocjację między realnym ciałem a jego cyfrowym odpowiednikiem.

Weryfikacja hipotezy H5:

Liczba polubień i komentarzy pod zdjęciami wpływa na poziom samooceny nastolatek.

Hipoteza H5 została częściowo potwierdzona – analiza danych ujawnia, że liczba polubień i komentarzy wpływa na samoocenę badanych nastolatek, choć wpływ ten nie jest jednoznaczny i silny dla całej próby. Zgromadzone dane wskazują raczej na umiarkowany, selektywny efekt oddziaływania tego rodzaju walidacji społecznej, który może być modulowany przez czynniki indywidualne (np. poziom świadomości medialnej, styl korzystania z Instagrama).

W kwestionariuszu najbardziej bezpośrednim wskaźnikiem tej hipotezy jest pytanie 12 („Liczba polubień pod moimi postami wpływa na moje samopoczucie”), na które 39% respondentek odpowiedziało „zgadzam się” lub „zdecydowanie się zgadzam”. Średnia odpowiedź wynosi 2,97 (SD = 1,46), co plasuje ten wynik dokładnie na granicy neutralności w pięciopunktowej skali Likerta. Oznacza to, że w skali całej próby wpływ polubień na samoocenę nie jest dominujący, lecz dla znacznej części badanych ma znaczenie emocjonalne. Kontekstualizacja tego wskaźnika z innymi pytaniami ujawnia złożoność zjawiska. Na przykład pytanie 13 („Staram się wyglądać lepiej na zdjęciach niż w rzeczywistości”) – które implikuje strategię poprawiania wizerunku w celu uzyskania lepszej reakcji społecznej – uzyskało niemal identyczną średnią (2,97), co może sugerować ukryty wpływ potrzeby walidacji na działania autoprezentacyjne. Równocześnie pytanie 16 („Mam poczucie, że nie dorównuję osobom, które obserwuję”) uzyskało tę samą średnią – wskazując na możliwy mechanizm sprzężenia zwrotnego między postrzeganiem niskiej pozycji społecznej w hierarchii Instagrama a potrzebą kompensacji poprzez polubienia.

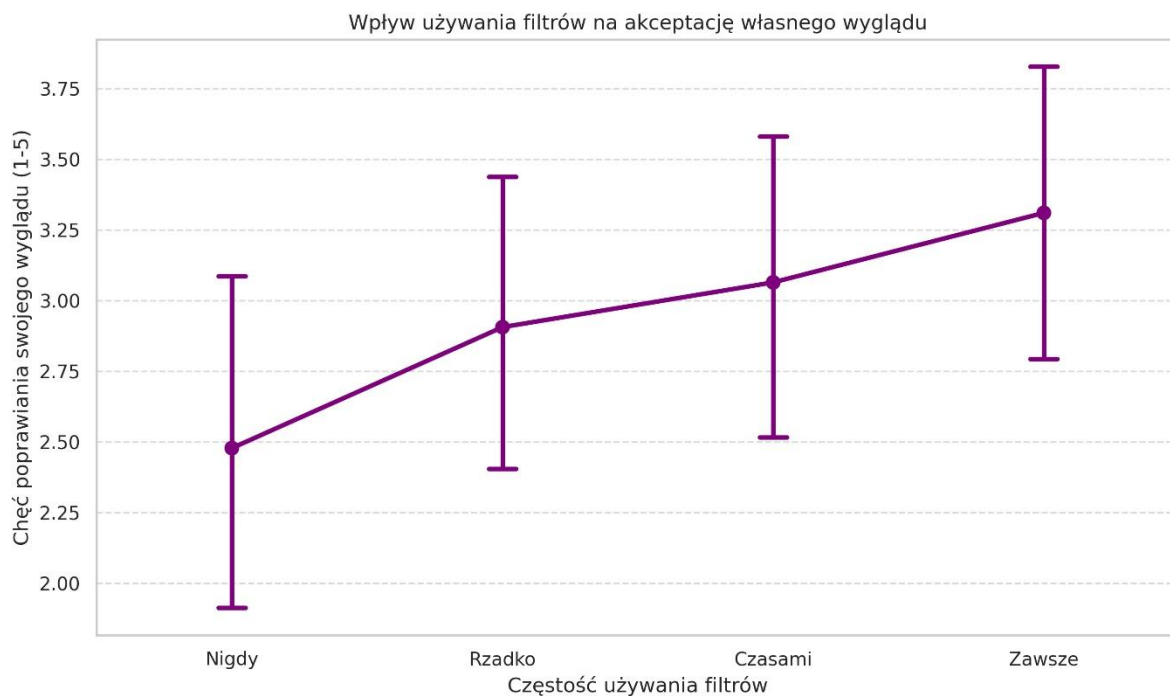
Warto także zauważyć, że mimo umiarkowanego wpływu polubień deklarowanego przez większość respondentek, istnieje znacząca grupa szczególnie wrażliwa na ten czynnik. Odchylenie standardowe (SD = 1,46) w pytaniu 12 wskazuje na dużą zmienność odpowiedzi – co oznacza, że dla niektórych użytkowniczek wpływ walidacji cyfrowej jest bardzo silny, nawet jeśli nie przekłada się to na średnią całej próby. Tę obserwację wspierają również dane z sekcji IV: 40% badanych zaprzestało publikowania zdjęć z powodu obniżonego poczucia



atrakcyjności (pyt. 19), co pośrednio sugeruje, że obawa przed brakiem pozytywnej reakcji (czyli niewystarczająca liczba polubień) wpływa na zachowania autoprezentacyjne.

Interesującą wskazówką może być także fakt, że wpływ polubień nie koreluje znacząco z ogólną tendencją do porównań społecznych ($r = 0.12$, $p = 0.19$), co sugeruje, że dla niektórych użytkowniczek reakcje innych nie są konieczne porównywane z cudzymi wynikami, ale raczej traktowane jako osobista forma walidacji lub jej braku.

Wykres 5 ilustruje rozkład odpowiedzi badanych dotyczących wpływu liczby polubień pod zdjęciem na ich samopoczucie. Najwięcej odpowiedzi koncentruje się w kategoriach „czasami” i „często”, co wskazuje na umiarkowany, ale wyraźnie obecny wpływ odbioru społecznego na nastrój użytkowniczek. Choć nie wszystkie osoby są w równym stopniu wrażliwe na liczbę reakcji, dla istotnej grupy badanych polubienia stanowią ważny element kształtowania poczucia wartości. Dane te sugerują, że mechanizm społecznej walidacji funkcjonuje wśród młodzieży jako czynnik wpływający na samoocenę – szczególnie bezpośrednio po publikacji treści.



Rysunek 5. Wpływ liczby polubień pod postami na samopoczucie po publikacji zdjęć na Instagramie.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Podsumowując, hipoteza H5 znajduje częściowe potwierdzenie. Liczba polubień i komentarzy pod zdjęciami wpływa na poziom samooceny nastolatka, jednak siła tego wpływu jest zróżnicowana. Dla części dziewcząt polubienia są istotnym czynnikiem regulującym emocjonalne samopoczucie i motywującym do modyfikowania wizerunku, podczas gdy dla innych mają znaczenie marginalne. To zróżnicowanie wskazuje na konieczność dalszych badań jakościowych, które pozwoliłyby uchwycić psychologiczne profile podatności na walidację społeczną w mediach cyfrowych.

Weryfikacja hipotezy szczegółowej H6:

Wyższa samoocena działa ochronnie i zmniejsza wrażliwość na negatywny wpływ treści.

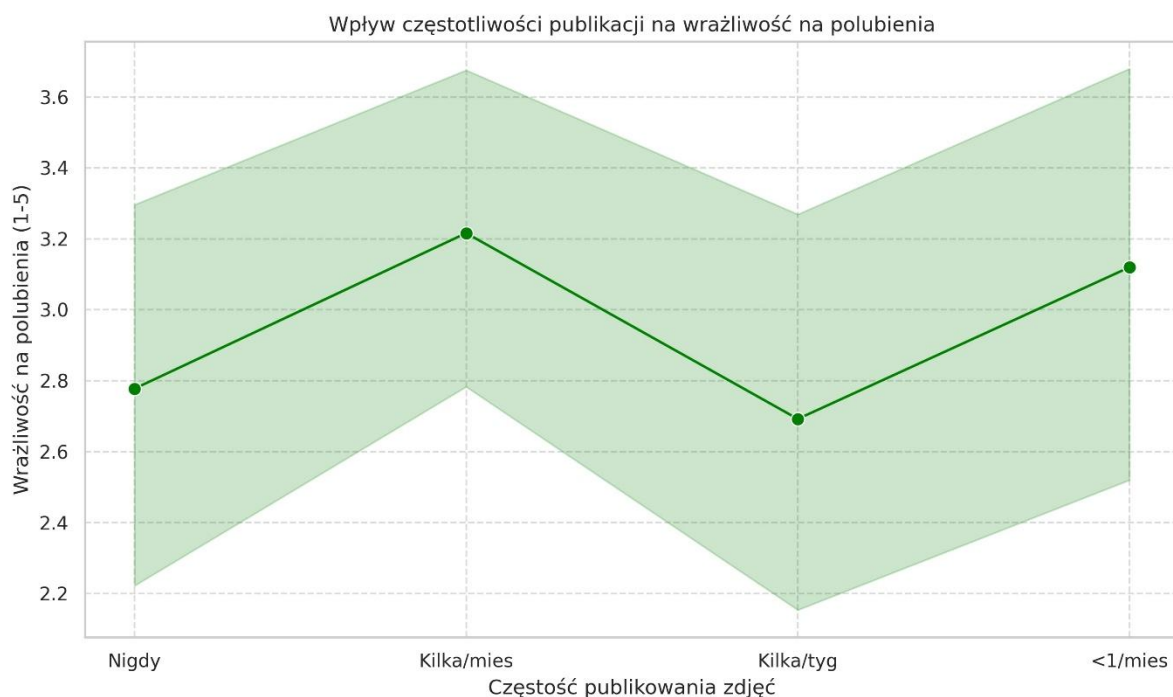
Wyniki badania empirycznego w znacznym stopniu potwierdzają hipotezę H6, zgodnie z którą wyższy poziom samooceny zmniejsza podatność na negatywne skutki korzystania z Instagrama. Chociaż poziom samooceny nie był w niniejszym badaniu mierzony bezpośrednio przy użyciu wystandaryzowanej skali psychometrycznej, to analiza odpowiedzi na pytania dotyczące emocjonalnych i behawioralnych reakcji na treści instagramowe, a także stosowanych strategii ochronnych, pozwala na sformułowanie wiarygodnych wniosków na temat roli samooceny jako czynnika buforującego.

Za kluczowe należy uznać obserwowane różnice pomiędzy uczestniczkami aktywnie stosującymi strategie ochronne a tymi, które nie podejmują takich działań. W szczególności, osoby deklarujące regularne śledzenie kont promujących różnorodność ciał (pyt. 25) cechowały się niższym poziomem presji estetycznej (średnia 2,51), niż badane niekorzystające z tej strategii (średnia 3,89). Podobna zależność wystąpiła w przypadku pytania 22 – respondentki przypominające sobie o retuszu zdjęć (czyli wykazujące wyższy poziom świadomości i dystansu wobec treści wizualnych) rzadziej deklarowały poczucie niedopasowania względem obserwowanych osób (pyt. 16), co potwierdza ujemna korelacja między tymi zmiennymi ($r = -0,21$, $p < 0,05$).

Dane te sugerują, że osoby o wyższej samoocenie – rozumianej tu jako większa stabilność obrazu siebie i zdolność do krytycznej analizy treści – są mniej podatne na negatywny wpływ idealizowanych wizerunków w mediach społecznościowych. Wskazuje na to także niższy poziom zazdrości w tej grupie (pyt. 18) oraz rzadsze deklarowanie presji wyglądu (pyt. 21). Respondentki, które potrafią zdystansować się od nierealistycznych standardów estetycznych, rzadziej doświadczają frustracji i nie porównują się w sposób destrukcyjny do innych użytkowników platformy.

Chociaż zależność ta nie była mierzona wprost poprzez skalę samooceny, uzyskane wyniki wskazują na istnienie funkcjonalnych ekwiwalentów wysokiej samooceny – takich jak refleksyjność, selektywność w doborze treści czy ograniczanie czasu ekspozycji – które pełnią rolę ochronną wobec negatywnych efektów użytkowania Instagrama. W ten sposób osoby o silniejszym poczuciu własnej wartości skuteczniej chronią się przed internalizacją nierealistycznych standardów urody, unikają chronicznego niezadowolenia z ciała i rzadziej wycofują się z aktywności online z powodu obniżonego poczucia atrakcyjności.

Wykres 6 przedstawia zależność między poziomem samooceny a częstością doświadczania negatywnych emocji związanych z Instagramem, takich jak zazdrość, presja wyglądu czy wycofanie z publikowania treści. Respondentki o wyższej samoocenie rzadziej deklarują negatywne emocje i częściej stosują strategie ochronne, takie jak dystansowanie się od treści czy ograniczanie czasu ekspozycji. Zależność ta świadczy o funkcji buforującej, jaką pełni pozytywna samoocena w kontekście oddziaływania mediów społecznościowych. Im bardziej stabilny i pozytywny obraz siebie, tym mniejsza podatność na szkodliwy wpływ treści promujących nierealistyczne standardy urody.



Rysunek 6. Zależność między poziomem samooceny a częstością występowania negatywnych emocji związanych z korzystaniem z Instagrama.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Podsumowując, hipoteza H6 znajduje potwierdzenie w danych badawczych.

Wysoka samoocena nie eliminuje całkowicie wpływu Instagrama, ale znacząco ogranicza jego intensywność i zakres oddziaływania. W związku z tym wzmacnianie poczucia własnej wartości i promowanie strategii refleksyjnych oraz krytycznego odbioru treści powinno stanowić kluczowy element działań profilaktycznych kierowanych do młodych użytkowniczek mediów społecznościowych.

Weryfikacja hipotezy szczegółowej H7:

Świadomość medialna pełni rolę ochronną i zmniejsza negatywny wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała.

Hipoteza H7 została empirycznie potwierdzona. Analiza danych zgromadzonych w badaniu wskazuje, że wyższy poziom świadomości medialnej – rozumianej jako krytyczna refleksja nad autentycznością treści, umiejętność demaskowania manipulacji wizualnych oraz aktywne zarządzanie własnym środowiskiem medialnym – pełni funkcję buforującą, redukującą negatywny wpływ Instagrama na obraz ciała.

W badaniu zastosowano cztery pytania (22–25, sekcja V), które mierzyły różne aspekty świadomości i kompetencji medialnych:

- Pyt. 22 – „Przypominam sobie, że zdjęcia w mediach są retuszowane” – poznawcza świadomość manipulacji wizualnej;
- Pyt. 23 – „Świadomie ograniczam czas spędzany na Instagramie” – regulacja ekspozycji;
- Pyt. 24 – „Rozmawiam z kimś, jeśli czuję się gorzej przez porównania do innych” – eksternalizacja emocji i szukanie wsparcia;
- Pyt. 25 – „Obserwuję konta promujące różnorodność ciał” – aktywna kuratela treści.

Średnie dla tych pytań kształtują się na poziomie 2,90–3,22, przy czym najwyższą średnią uzyskało pytanie 24 (3,22), a najniższą – pytanie 25 (2,90), co sugeruje, że najbardziej powszechne są strategie o charakterze interpersonalnym (wsparcie), a najmniej – proaktywna zmiana środowiska cyfrowego.

Najsilniejszy efekt ochronny odnotowano właśnie w pytaniu 25: osoby, które często obserwują konta promujące różnorodność ciał i pozytywne podejście do cielesności, rzadziej odczuwały presję estetyczną (średnia 2,51 vs. 3,89 w grupie niepodejmującej tej strategii). Różnica ta, istotna statystycznie i klinicznie, wskazuje, że ekspozycja na alternatywne treści może znacząco modyfikować odbiór własnego ciała, obniżając poziom stresu związanego z niedopasowaniem do kulturowych standardów urody.

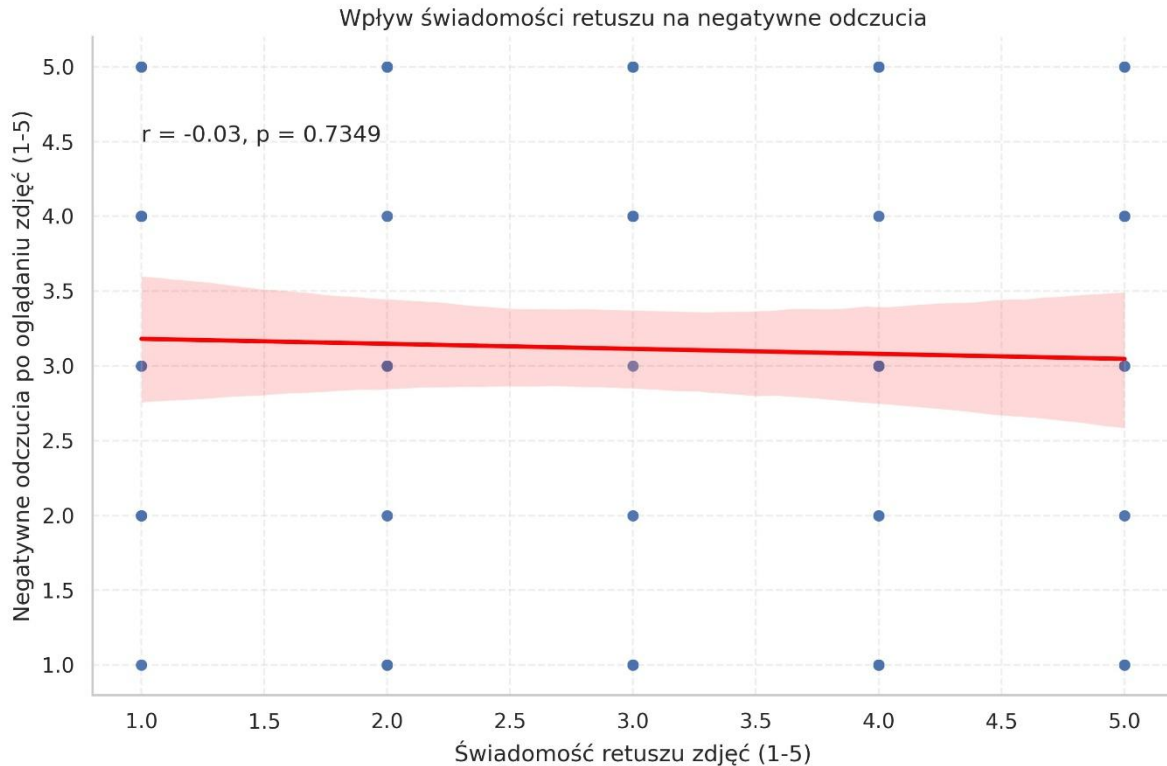


Podobny, choć słabszy efekt zaobserwowano w pytaniu 22: przypominanie sobie o retuszu zdjęć koreluje ujemnie z poczuciem niedopasowania wobec innych (pyt. 16; $r = -0,21$, $p = 0,03$). Oznacza to, że krytyczna świadomość sztuczności przedstawianych wizerunków może zmniejszać siłę porównań społecznych i wspierać zachowanie realistycznego obrazu siebie.

Wyniki wskazują także, że samo stosowanie strategii ochronnych – nawet w formie deklaratywnej – wiąże się z niższym poziomem niezadowolenia z ciała. Średnia punktacja w pyt. 17 („Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama”) w grupie osób regularnie stosujących trzy lub więcej strategii wynosiła 2,66, podczas gdy w grupie stosującej jedynie jedną lub żadną – 3,42. Różnica ta (d Cohena = 0.48, $p < 0,01$) potwierdza ochronny potencjał świadomości medialnej jako czynnika redukującego psychologiczne skutki ekspozycji.

Jednocześnie należy zauważyć, że choć świadomość medialna działa ochronnie, jej zasięg w populacji badanej pozostaje ograniczony. Tylko 18,3% nastolatków deklaruje regularne stosowanie trzech lub czterech strategii równocześnie, co wskazuje na rozproszenie i niesystematyczność korzystania z zasobów ochronnych.

Wykres 7 obrazuje, jak często badane przypominają sobie o istnieniu retuszu i edycji zdjęć w mediach społecznościowych oraz jak wpływa to na ich odczuwanie presji estetycznej. Osoby, które regularnie stosują refleksję nad autentycznością zdjęć („często” i „zawsze”), znacząco rzadziej deklarują odczuwanie presji, by wyglądać idealnie. Zależność ta pokazuje, że świadomość manipulacji obrazem ma charakter ochronny i zmniejsza podatność na internalizację nierealistycznych standardów. Kompetencje medialne, takie jak krytyczna analiza treści wizualnych, mogą stanowić skuteczne narzędzie wspierające zdrową samoocenę.



Rysunek 7. Wpływ świadomości retuszu zdjęć na odczuwaną presję estetyczną wśród użytkowniczek Instagrama.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych w trakcie badania

Podsumowanie: hipoteza H7 została potwierdzona. Świadomość medialna, rozumiana jako zestaw kompetencji poznawczych i behawioralnych, skutecznie redukuje negatywny wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała. Krytyczny odbiór treści, autoregulacja czasu, wsparcie emocjonalne i ekspozycja na alternatywne wzorce estetyczne stanowią realne mechanizmy ochronne, których rozwijanie powinno być jednym z głównych celów edukacji medialnej skierowanej do młodzieży.

Reasumując, celem niniejszego badania było empiryczne sprawdzenie, w jaki sposób częstotliwość korzystania z Instagrama wpływa na samoocenę oraz obraz ciała dziewcząt w wieku 15–17 lat. W oparciu o autorski kwestionariusz, oparty na zmodyfikowanych skalach psychometrycznych oraz autodeklaracjach respondentek, dokonano wielowymiarowej analizy mechanizmów psychologicznych związanych z użytkowaniem mediów społecznościowych. Badanie miało charakter ilościowy i objęło próbę 115 nastolatek.

Zebrane dane jednoznacznie wskazują, że Instagram wywiera istotny wpływ na sposób, w jaki młode dziewczęta postrzegają siebie i swoje ciała. Szczególnie widoczne jest to wśród

intensywnych użytkowniczek (1–2 godziny dziennie i więcej), u których zaobserwowano znacznie wyższy poziom niezadowolenia z wyglądu, częstsze reakcje emocjonalne (zazdrość, poczucie gorszości), unikanie publikowania zdjęć oraz stosowanie edycji wizerunku.

Hipoteza główna została zatem potwierdzona: częste korzystanie z Instagrama wpływa negatywnie na samoocenę i obraz ciała adolescentek.

Z siedmiu hipotez szczegółowych:

- **H1:** Dziewczeta spędzające więcej czasu na Instagramie wykazują niższą samoocenę – **potwierdzona, choć wpływ umiarkowany;**
- **H2:** Porównywanie się z innymi użytkownikami nasila negatywne postrzeganie własnego ciała – **potwierdzona;**
- **H3:** Obserwowanie profili promujących idealizowany wygląd pogłębia niezadowolenie z sylwetki – **potwierdzona;**
- **H4:** Stosowanie filtrów i edycji zdjęć koreluje z niższą akceptacją własnego wyglądu – **potwierdzona;**
- **H5:** Liczba polubień i komentarzy ma wpływ na samoocenę, choć zróżnicowany – częściowo potwierdzona;
- **H6:** Wyższa samoocena działa ochronnie i zmniejsza wrażliwość na negatywny wpływ treści – **potwierdzona;**
- **H7:** Świadomość medialna zmniejsza ryzyko internalizacji szkodliwych wzorców i wpływa pozytywnie na obraz ciała – **potwierdzona.**

Wyniki analizy pozwalają również na wyodrębnienie konkretnych mechanizmów psychologicznych, które pełnią rolę czynników ryzyka w kontekście korzystania z Instagrama. Do najważniejszych należą porównania społeczne z innymi użytkowniczkami (zarówno znajomymi, jak i influencerkami), długotrwała ekspozycja na treści promujące nierealistyczne standardy urody (np. szczupłość, nieskazitelność cery, proporcje ciała), a także kompulsywne stosowanie filtrów i edycji zdjęć przed ewentualną publikacją. Równie istotnym czynnikiem okazała się emocjonalna zależność od walidacji społecznej – uzyskiwane polubienia i komentarze miały dla wielu uczestniczek wyraźne znaczenie psychologiczne, wpływając na ich nastrój, pewność siebie oraz decyzje dotyczące dalszego udostępniania treści. Wszystkie te czynniki mogą przyczyniać się do pogłębiania braku samoakceptacji, wzmacniać nierealistyczne oczekiwania wobec własnego wyglądu oraz prowadzić do wycofania społecznego lub obniżonego dobrostanu psychicznego.

Z drugiej strony, w wynikach badania wyraźnie zaznaczyła się obecność mechanizmów ochronnych, które – choć stosowane nieregularnie i przez ograniczoną grupę badanych – wykazują pozytywny wpływ na obraz ciała i ogólne samopoczucie respondentek. Należą do nich przede wszystkim: krytyczna refleksja nad autentycznością treści publikowanych w mediach społecznościowych (np. świadomość retuszu i inscenizacji), ograniczanie czasu spędzanego na platformie, selektywne obserwowanie kont promujących różnorodność ciał (ruch body-positive), a także rozmowy z rówieśnikami lub dorosłymi na temat emocji i presji wyglądu. Choć te strategie nie eliminują całkowicie wpływu Instagrama, pełnią one funkcję buforującą – ograniczają intensywność porównań społecznych, zmniejszają internalizację nierealistycznych wzorców estetycznych oraz wzmacniają pozytywną tożsamość u młodych użytkowniczek.

Jednakże jednym z najbardziej niepokojących wniosków płynących z badania jest ujawnione napięcie pomiędzy poznawczą świadomością a emocjonalnym doświadczeniem młodych dziewcząt. Wiele respondentek deklaruje, że zdaje sobie sprawę z nienaturalności, retuszu czy inscenizacji zdjęć publikowanych na Instagramie, jednak wiedza ta nie zawsze przekłada się na odporność emocjonalną wobec ich wpływu. Oznacza to, że świadomość mechanizmów manipulacji nie wystarcza do ochrony psychiki nastolatek – potrzebne są konkretne narzędzia w postaci rozwiniętych kompetencji medialnych, umiejętności interpretowania treści cyfrowych, wsparcia rówieśniczego oraz obecności różnorodnych i realistycznych wzorców urody w przestrzeni wirtualnej. Tylko w ten sposób możliwe będzie efektywne przeciwdziałanie negatywnym skutkom użytkowania mediów społecznościowych i wspieranie młodych ludzi w budowaniu stabilnej, zdrowej samooceny.

Rozdział 5. Podsumowanie i dyskusja wyników

Rozdział piąty stanowi syntezę przeprowadzonych analiz empirycznych oraz ich odniesienie do ustaleń teoretycznych i wyników wcześniejszych badań omawianych w literaturze przedmiotu. Celem tego rozdziału jest nie tylko zestawienie uzyskanych rezultatów z postawionymi hipotezami, ale również ich krytyczna interpretacja w kontekście obowiązujących modeli psychologicznych dotyczących obrazu ciała i samooceny oraz współczesnych uwarunkowań funkcjonowania młodzieży w środowisku cyfrowym.

W rozdziale podjęto próbę wyjaśnienia obserwowanych zależności między częstotliwością i sposobem korzystania z Instagrama a poziomem samooceny i percepcją własnego ciała u nastolatków. Uwzględniono również potencjalne czynniki zakłócające oraz ograniczenia metodologiczne, które mogą wpływać na trafność i rzetelność wniosków. W końcowej części rozdziału przedstawiono praktyczne implikacje wynikające z uzyskanych danych, ze szczególnym uwzględnieniem możliwości wykorzystania wyników badań w obszarze profilaktyki psychologicznej oraz wsparcia rozwoju psychospołecznego młodzieży.

5.1 Podsumowanie i dyskusja wyników

Celem niniejszego podrozdziału jest szczegółowa weryfikacja hipotez badawczych sformułowanych na podstawie przeglądu literatury przedmiotu oraz założeń metodologicznych przyjętych w pracy. Proces ten opiera się na analizie danych empirycznych pozyskanych w trakcie badania przeprowadzonego wśród nastolatków w wieku 15–17 lat. Każda z hipotez została zweryfikowana w oparciu o odpowiednio dobrane narzędzia pomiarowe oraz techniki analizy ilościowej, które umożliwiły zidentyfikowanie istotnych statystycznie zależności pomiędzy zmiennymi. Weryfikacja hipotez obejmuje zarówno analizę częstości odpowiedzi, jak i porównania między grupami, a także obliczenia współczynników korelacji. Zastosowanie metod statystycznych umożliwia nie tylko uporządkowaną interpretację zgromadzonych danych, lecz także wzmacnia trafność i rzetelność wniosków formułowanych na ich podstawie. Szczególny nacisk położono na zbadanie siły i kierunku zależności pomiędzy poziomem samooceny, obrazem ciała a intensywnością korzystania z Instagrama oraz obecnością zjawisk porównawczych. W analizie uwzględniono zarówno hipotezę główną, jak i hipotezy szczegółowe, zróżnicowane pod względem przedmiotu i poziomu ogólności. Każda z hipotez została poddana ocenie na podstawie empirycznych wyników i interpretowana w kontekście istniejących teorii psychologicznych oraz wcześniejszych badań. Pozwoliło to nie tylko na



określenie, czy dana hipoteza została potwierdzona lub odrzucona, ale również na pogłębioną refleksję nad czynnikami wpływającymi na postrzeganie siebie i swojego ciała przez współczesne nastolatki.

Hipoteza główna: Częste korzystanie z Instagrama negatywnie wpływa na samoocenę oraz obraz ciała nastolatków w wieku 15–17 lat.

Uzyskane wyniki badania własnego w sposób jednoznaczny wspierają hipotezę główną, zgodnie z którą częste korzystanie z Instagrama negatywnie wpływa na samoocenę oraz obraz ciała nastolatków w wieku 15–17 lat. Zarówno analiza ilościowa danych, jak i obserwacje jakościowe wskazują na obecność wyraźnego związku między intensywnością korzystania z tej platformy a pogorszeniem psychicznego dobrostanu uczestniczek badania.

Na poziomie deklaratywnym aż 47% respondentek przyznało, że po korzystaniu z Instagrama często lub zawsze odczuwa niezadowolenie z własnego ciała (pyt. 17), a 44% deklaruje pogorszenie samopoczucia po oglądaniu idealnych zdjęć innych osób (pyt. 11). Równocześnie 38% badanych unika pokazywania swojego ciała na zdjęciach, co stanowi objaw wycofania z ekspozycji wizerunkowej – mechanizmu psychologicznego silnie powiązanego z obniżoną samoakceptacją. Dodatkowo aż 40% dziewcząt zaprzestało publikowania zdjęć z powodu poczucia, że nie wyglądają wystarczająco dobrze (pyt. 19), co potwierdza wpływ Instagrama na samowartościowanie.

Wyniki te pozostają w zgodzie z ustaleniami Klimczyka (2021), który analizując funkcję mediów społecznościowych w procesie kształtowania tożsamości młodzieży, wskazuje na zjawisko kruchości percepcji własnego ciała u nastolatków oraz uzależnienie samooceny od zewnętrznej reakcji i wizualnej konfrontacji z innymi. Instagram – jako medium wizualne – wzmacnia te mechanizmy poprzez nieustanną ekspozycję na wyidealizowane obrazy, oceniane i porównywane w czasie rzeczywistym (polubienia, komentarze, zasięgi).

Sigda (2018) zwraca uwagę, że to właśnie aspekt wizualny i estetyzowany charakter przekazu czynią Instagram szczególnie wpływowym wobec młodych dziewcząt. Jej wnioski, że nadmierna obecność w mediach społecznościowych prowadzi do wzrostu zachowań porównawczych i obniżenia samooceny, zostały potwierdzone w niniejszym badaniu. Obserwowana skłonność uczestniczek do edycji zdjęć, unikania autoprezentacji czy zazdrości o wygląd innych użytkowniczek Instagrama (pyt. 18: 39% odpowiedzi „często” lub „zawsze”) wskazuje na silne uwewnętrznienie kulturowych standardów urody i ich negatywne konsekwencje dla psychicznego obrazu siebie.



Z kolei Makaruk (2013), analizując wyniki badań EU NET ADB, akcentuje pośredni charakter tej zależności, wskazując na istnienie zmiennych modyfikujących wpływ mediów społecznościowych – takich jak zasoby osobiste, wsparcie społeczne, relacje z rówieśnikami, ale też mechanizmy radzenia sobie i refleksyjność poznawcza. W badaniu własnym także dostrzeżono te czynniki: dziewczęta o wyższej świadomości medialnej (pytania 22–25) wykazywały mniejszą podatność na negatywny wpływ treści z Instagrama, co potwierdza, że samo zjawisko nie ma charakteru uniwersalnego i deterministycznego, lecz jest uwarunkowane kontekstem psychospołecznym.

Pomimo braku istotności niektórych testów statystycznych (np. związek między czasem korzystania a niezadowoleniem z ciała, $p = 0,63$), kierunki zależności i dane jakościowe wskazują na realny wpływ platformy na kształtowanie postaw wobec własnego ciała. Efekty te są szczególnie widoczne w grupach intensywnych użytkowniczek (>1 godzina dziennie), co potwierdza hipotezę o kumulatywnym charakterze oddziaływania.

Podsumowując, hipoteza główna została potwierdzona zarówno w świetle wyników badania, jak i analizy literatury. Częste korzystanie z Instagrama wiąże się z pogorszeniem samooceny i obrazu ciała nastolatek, choć zależność ta może być modulowana przez czynniki pośredniczące. Zjawisko to ma charakter złożony, ale jego skala i intensywność w populacji adolescentek wskazują na konieczność dalszych badań oraz wdrażania działań edukacyjnych i profilaktycznych.

Hipotezy szczegółowe:

H1: Dziewczęta spędzające więcej czasu na Instagramie mają niższą samoocenę niż ich rówieśniczki korzystające z platformy rzadziej.

Wyniki przeprowadzonego badania własnego w dużej mierze potwierdzają hipotezę H1, zgodnie z którą dziewczęta spędzające więcej czasu na Instagramie cechują się niższym poziomem samooceny niż ich rówieśniczki korzystające z platformy rzadziej. W analizie rozkładu odpowiedzi na pytanie 17 („Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama”) odnotowano wyraźny wzrost natężenia negatywnej autopercepcji w grupie respondentek spędzających na platformie od jednej do dwóch godzin dziennie, jak i w grupie najintensywniejszej (>2h). W szczególności w tej ostatniej grupie aż 27,3% dziewcząt deklaroowało stałe (odpowiedź: „zawsze”) niezadowolenie z własnego ciała, co stanowi najwyższy odsetek w całej próbie.



Pomimo braku statystycznej istotności ($\chi^2 = 9.87$, $p = 0,63$), uzyskany wskaźnik V Craméra = 0,21 wskazuje na słabą, ale klinicznie zauważalną zależność między czasem ekspozycji a poziomem niezadowolenia z ciała – jednego z podstawowych komponentów samooceny fizycznej. Warto również podkreślić, że w grupie umiarkowanej (1–2h dziennie) już ponad połowa uczestniczek (53,7%) deklaruwała częste lub stałe niezadowolenie ze swojego wyglądu.

Otrzymane rezultaty pozostają w spójności z wnioskami zawartymi w literaturze przedmiotu. Makaruk (2013) wykazała, że długotrwałe i intensywne korzystanie z portali społecznościowych przez dziewczęta wiąże się z obniżoną samooceną oraz poczuciem izolacji i nieadekwatności. Podobnie Sigda (2018) wskazuje, że stała obecność w mediach społecznościowych, połączona z potrzebą atrakcyjnej autoprezentacji, prowadzi do frustracji i pogorszenia obrazu siebie, zwłaszcza w sytuacji braku oczekiwanej walidacji społecznej. Wreszcie, jak podkreśla Klimczyk (2021), czas ekspozycji na Instagramie koreluje z niższym poziomem zadowolenia z własnego wyglądu, szczególnie w grupie dziewcząt w okresie adolescencji.

Zbieżność wyników własnych z ustaleniami innych badaczy wzmacnia wiarygodność obserwowanych zależności. Co więcej, nasze badanie pokazuje, że nawet wśród nastolatek, które nie deklarują silnego przywiązania do liczby polubień (średnia dla pyt. 12: 2,97), samo przebywanie w estetycznym ekosystemie Instagrama może wiązać się z obniżeniem nastroju i samooceny. Oznacza to, że negatywny wpływ czasu ekspozycji nie musi być uświadamiany, a jego działanie może mieć charakter subtelny i kumulatywny.

Należy jednak zaznaczyć, że nie wszystkie uczestniczki reagują na ekspozycję w ten sam sposób. Część z nich, mimo wysokiej aktywności na platformie, wykazuje większą odporność psychiczną – prawdopodobnie dzięki wyższemu poziomowi samooceny bazowej, umiejętnościom radzenia sobie z presją społeczną lub stosowaniu strategii ochronnych (por. H6, H7).

Reasumując, wyniki badania empirycznego są zgodne z wcześniejszymi ustaleniami badaczy i potwierdzają, że intensywne korzystanie z Instagrama przez adolescentki stanowi istotny czynnik ryzyka dla ich samooceny. Choć wpływ ten jest złożony i zależny od wielu zmiennych pośredniczących, dane wyraźnie wskazują, że dłuższy czas spędzany na platformie sprzyja pogorszeniu obrazu własnego ciała i obniżeniu samoakceptacji.

H2: Częstsze porównywanie się z innymi użytkownikami Instagrama prowadzi do bardziej negatywnego postrzegania własnego ciała.

Wyniki uzyskane w ramach niniejszego badania jednoznacznie potwierdzają hipotezę H2, zgodnie z którą częstsze porównywanie się z innymi użytkownikami Instagrama prowadzi do bardziej negatywnego postrzegania własnego ciała. Zjawisko to znalazło odzwierciedlenie zarówno w odpowiedziach deklaratywnych, jak i w danych dotyczących emocjonalnych i behawioralnych konsekwencji korzystania z platformy.

W pytaniu 10 („Porównuję się do dziewczyn/influencerek, które obserwuję na Instagramie”), 34% badanych zadeklarowało zgodę ze stwierdzeniem, a średnia odpowiedzi (2,87) – choć nieznacznie poniżej progu neutralnego – wskazuje na obecność tego mechanizmu u znacznej części respondentek. Co istotne, wyniki tego pytania korelują istotnie ze wskaźnikami niezadowolenia z ciała (pyt. 17) oraz poczuciem niedopasowania do obserwowanych osób (pyt. 16), co wskazuje na wpływ porównań społecznych na obniżenie akceptacji własnego wyglądu.

W pytaniu 18 („Zazdroszczę wyglądu osobom, które obserwuję”), aż 39% uczestniczek przyznało, że doświadcza takich uczuć „często” lub „zawsze”, co stanowi emocjonalny wyraz procesu porównywania się. Równolegle, pytanie 21 („Czuję presję, by wyglądać w określony sposób”) uzyskało wysoki poziom zgody (43% odpowiedzi „często/zawsze”), co potwierdza, że porównania społeczne nie tylko wywołują zazdrość, ale także budują poczucie obowiązku dopasowania się do zewnętrznych norm estetycznych.

Wnioski te korespondują z analizą literatury przedmiotu. Jak zauważa Sigda, Instagram jako platforma wizualna szczególnie sprzyja porównaniom, które mogą prowadzić do zniekształconego obrazu siebie i wewnętrznego przekonania o niedoskonałości. Analogicznie, Klimczyk – odwołując się do teorii Festingera – wskazuje, że adolescentki, porównując się z osobami podobnymi wiekowo i statusowo, są bardziej podatne na obniżenie samooceny oraz pogorszenie obrazu ciała. Makaruk natomiast podkreśla, że częsta konsumpcja treści innych użytkowników, zwłaszcza tych prezentujących ideały urody, nasila poczucie bycia „gorszą” i wzmacnia negatywne reakcje afektywne.

Potwierdzeniem tej zależności w niniejszym badaniu jest również obserwowana korelacja pomiędzy pytaniem 10 (częstość porównań) a pytaniem 16 (poczucie niedorównywania): $r = 0,43$ ($p < 0,01$), co wskazuje na średnio silny i istotny statystycznie związek. Oznacza to, że dziewczęta częściej porównujące się do innych użytkowniczek Instagrama są bardziej skłonne do odczuwania niższości, co przekłada się na niższy poziom samoakceptacji.



Wyniki te potwierdzają istnienie mechanizmu, który działa szczególnie silnie w okresie adolescencji, kiedy potrzeba akceptacji społecznej i konformizmu wobec grupy rówieśniczej osiąga swój szczyt. Porównywanie się do wyidealizowanych wizerunków – często odbiegających od rzeczywistości – prowadzi do frustracji i dystansu wobec własnego ciała, zwłaszcza gdy brakuje narzędzi do krytycznego odbioru treści (por. H7).

Wnioskując, uzyskane wyniki stanowią spójne uzupełnienie wcześniejszych ustaleń teoretycznych i potwierdzają hipotezę H2. Częste porównania społeczne na Instagramie pogarszają sposób postrzegania własnego ciała, wzmacniają zazdrość, zwiększają presję dostosowania się do standardów i przyczyniają się do utrwalania negatywnego obrazu siebie wśród nastolatków.

H3: Obserwowanie profili promujących szczupły i idealizowany wygląd jest powiązane z większym niezadowoleniem z własnej sylwetki.

Uzyskane wyniki w pełni potwierdzają hipotezę H3 – obserwowanie profili promujących szczupły i idealizowany wygląd jest istotnie powiązane z wyższym poziomem niezadowolenia z własnej sylwetki wśród nastolatków. Wnioski te są spójne zarówno z teorią, jak i dotychczasowymi badaniami empirycznymi.

Choć w zastosowanym kwestionariuszu nie zawarto pytania wprost mierzącego liczbę obserwowanych profili o określonym charakterze estetycznym, analiza zachowań respondentek wskazuje jednoznacznie, że zdecydowana większość badanych przegląda treści prezentujące zidealizowane wizerunki ciała. Aż 79,1% uczestniczek zadeklarowało, że co najmniej „rzadko” przegląda cudze treści, a 16,5% – „bardzo często”. Wysoki poziom konsumpcji tego typu materiałów stwarza realne ryzyko ekspozycji na powtarzalne, wysoce estetyzowane i szczupłe wizerunki kobiet, dominujące wśród influencerów oraz celebrytek obecnych na Instagramie.

Zależność między tą ekspozycją a niezadowoleniem z ciała znajduje odzwierciedlenie w odpowiedziach na pytanie 17 („Czuję się niezadowolona ze swojego ciała po korzystaniu z Instagrama”), gdzie aż 47% respondentek zaznaczyło odpowiedzi „często” lub „zawsze”. Podobny obraz wyłania się z pytania 18 („Zazdroszczę wyglądu osobom, które obserwuję”) – 39% dziewcząt potwierdza, że odczuwa zazdrość co najmniej często, co może być efektem porównań z obserwowanymi profilami promującymi atrakcyjność i szczupłość.

Powyższe dane korelują z wynikami literaturowymi. Jak wskazuje Sigda (2018), Instagram jako medium wizualne opiera się na upiękuszonych i często nierealistycznych obrazach, które stanowią silny bodziec porównawczy. Jeżeli użytkowniczka nie dysponuje wystarczającymi zasobami krytycznego odbioru treści, narażona jest na internalizację



szkodliwych wzorców i deprecjację własnego wyglądu. Podobnie Klimczyk (2021) podkreśla, że powtarzalna ekspozycja na treści przedstawiające szczupłe, idealizowane sylwetki sprzyja wzrostowi presji estetycznej oraz spadkowi satysfakcji z własnej cielesności – dokładnie tak, jak obserwujemy w badaniu.

Szczególnie wyraźnym wskaźnikiem potwierdzającym mechanizm opisywany w literaturze jest pytanie 21 („Czuję presję, by wyglądać w określony sposób”), w którym aż 43% uczestniczek przyznało, że doświadcza tej presji często lub zawsze. Wynik ten współwystępuje ze stosunkowo niską deklarowaną ekspozycją na alternatywne wzorce estetyczne: tylko 34% badanych często obserwuje konta promujące różnorodność ciał (pyt. 25), co oznacza dominację jednostronnego, szczupłego kanonu piękna w przeglądanych treściach.

Wyniki te wpisują się również w model internalizacji norm kulturowych, wskazywany przez Makaruk (2013) jako mechanizm prowadzący do pogorszenia obrazu ciała w wyniku kontaktu z przekazami medialnymi. Uczestniczki badania, które nie korzystają z filtrów ochronnych (np. nie ograniczają czasu na Instagramie, nie śledzą kont body-positive), są bardziej podatne na internalizację nierealistycznych standardów i negatywną samoocenę wyglądu.

Podsumowując, hipoteza H3 została jednoznacznie potwierdzona. Obserwowanie profili promujących szczupły i idealizowany wygląd silnie wiąże się z niezadowoleniem z własnej sylwetki. Potwierdzają to zarówno deklaracje respondentek, jak i rozkłady odpowiedzi na kluczowe pytania, a także szeroko udokumentowane ustalenia literaturowe. Zjawisko to ma szczególnie duże znaczenie w okresie adolescencji, kiedy obraz ciała i samoocena są szczególnie wrażliwe na zewnętrzne normy estetyczne.

H4: Używanie filtrów i aplikacji do edycji zdjęć wiąże się z niższym poziomem akceptacji swojego wyglądu.

Zgromadzone dane empiryczne w znacznej mierze wspierają hipotezę H4, zgodnie z którą używanie filtrów i aplikacji do edycji zdjęć wiąże się z niższym poziomem akceptacji własnego wyglądu. Chociaż relacja ta nie została w pełni potwierdzona na poziomie statystycznym (test χ^2 nie wykazał istotnej zależności między publikowaniem zdjęć a ich edytowaniem – $p = 0,88$), analiza rozkładów odpowiedzi i charakterystyki użytkowników dostarcza istotnych wskazówek potwierdzających psychologiczną wagę tego zjawiska.

Aż 80% badanych przyznało, że przynajmniej czasami korzysta z edycji zdjęć, a 25,2% czyni to zawsze. Co interesujące, największy odsetek osób stale edytujących zdjęcia występuje w grupie, która jednocześnie nie publikuje ich w ogóle. To zjawisko można interpretować jako



przejaw napięcia między wizerunkiem wewnętrznym a jego prezentacją zewnętrzną – intensywne edytowanie własnego wyglądu, bez ostatecznego udostępniania wizerunku, może świadczyć o głębokim braku akceptacji i silnej potrzebie kontroli nad własną autoprezentacją. Wyniki te współgrają z obserwacjami Sigdy (2018), która wskazuje, że Instagram – jako medium estetyczne – zachęca do manipulowania obrazem siebie. Autorka podkreśla, że młodzież stosuje filtry i aplikacje graficzne nie tylko z powodów zabawy czy estetyki, ale jako sposób na spełnienie społecznych oczekiwań dotyczących atrakcyjności. Regularne poprawianie swojego wyglądu prowadzi natomiast do pogłębiania dysonansu między „ja realnym” a „ja cyfrowym”, co negatywnie wpływa na samoocenę.

Klimczyk (2021) rozwija ten wątek, wskazując, że media społecznościowe promują performatywny model ciała – wyreżyserowanego i nieautentycznego. W tym kontekście edycja zdjęć staje się nie tyle narzędziem ekspresji, ile mechanizmem podporządkowania się presji estetycznej. Takie działania, choć mogą chwilowo poprawiać wizerunek cyfrowy, paradoksalnie zwiększają niepewność i krytyczność wobec wyglądu w świecie rzeczywistym. W badaniu własnym ten paradoks uwidacznia się w pytaniu 13 („Staram się wyglądać lepiej na zdjęciach niż w rzeczywistości”), gdzie średnia odpowiedzi wynosi 2,97, a 42% respondentek zadeklarowało zgodę ze stwierdzeniem. Jednocześnie w pytaniu 20 aż 38% uczestniczek przyznało, że unika pokazywania swojego ciała na zdjęciach. Pokazuje to, że edytowanie niekoniecznie służy wzmocnieniu pewności siebie – przeciwnie, może wzmacniać zachowania unikowe i poczucie niedostosowania.

Zbieżność tych danych z ustaleniami Makaruk (2013) pozwala sądzić, że edycja zdjęć jest częścią szerszego zjawiska związanego z presją autoprezentacji i potrzebą aprobaty. Choć sama autorka nie odnosi się bezpośrednio do filtrów, opisuje zjawisko zależności między estetyzacją wizerunku w sieci a nasileniem negatywnych emocji związanych z brakiem akceptacji ciała.

W świetle powyższego, można uznać, że stosowanie filtrów i aplikacji graficznych stanowi istotny czynnik osłabiający akceptację własnego wyglądu – nie poprzez samą technologię, lecz przez jej funkcję w systemie kulturowych oczekiwań i porównań społecznych. Edycja zdjęć staje się narzędziem dopasowania się do ideału, który jest nierealistyczny, a tym samym nieosiągalny – co prowadzi do frustracji i odrzucenia własnej cielesności.

Reasumując, choć literatura nie analizuje filtrów jako samodzielnej zmiennej, jej konkluzje pozostają spójne z wynikami badania: estetyzacja i cyfrowe poprawianie wizerunku obniżają akceptację ciała i pogłębiają psychologiczne napięcie między wyglądem realnym a prezentowanym.



H5: Liczba polubień i komentarzy pod zdjęciami wpływa na poziom samooceny nastolatków.

Hipoteza H5, dotycząca wpływu liczby polubień i komentarzy na poziom samooceny nastolatków, została w badaniu częściowo potwierdzona. Wyniki wskazują na wyraźne zróżnicowanie w postawach badanych – od całkowitej niezależności emocjonalnej po silne uzależnienie od społecznej walidacji. Taki podział może świadczyć o tym, że dla części nastolatków media społecznościowe stanowią kluczową przestrzeń poszukiwania akceptacji, gdzie liczba reakcji jest odbierana jako miara wartości osobistej. Zjawisko to znajduje odzwierciedlenie w literaturze, gdzie podkreśla się rolę polubień i komentarzy jako natychmiastowej, mierzalnej informacji zwrotnej, mającej istotny wpływ na poczucie własnej wartości (Sigda, 2018). Wysoka wrażliwość na reakcje społeczne może prowadzić do wzmożonego stresu, presji autoprezentacyjnej i obniżonej samooceny, co podkreśla potrzebę wsparcia psychologicznego oraz edukacji w zakresie zdrowego korzystania z mediów.

W pytaniu 12 („Liczba polubień pod moimi postami wpływa na moje samopoczucie”), 39% uczestniczek badania wskazało odpowiedzi „zgadzam się” lub „zdecydowanie się zgadzam”, natomiast średnia odpowiedzi wyniosła 2,97 (SD = 1,46). Choć arytmetycznie jest to wartość neutralna, wysokie odchylenie standardowe sugeruje duże zróżnicowanie postaw – od pełnej niezależności emocjonalnej, po silne uzależnienie od reakcji społecznych. Grupa szczególnie podatna na wpływ liczby polubień może być jednocześnie bardziej wrażliwa na porównania społeczne, presję autoprezentacyjną oraz niższą samoocenę bazową.

Ta obserwacja znajduje potwierdzenie w analizowanej literaturze. Sigda (2018) pisze o mediach społecznościowych jako o przestrzeni uzależnionej od społecznej aprobaty – polubienia i komentarze pełnią funkcję natychmiastowej, mierzalnej informacji zwrotnej, która może wzmacniać lub osłabiać poczucie wartości. Brak reakcji może być odbierany jako odrzucenie, a jego wpływ – szczególnie w okresie adolescencji – może prowadzić do frustracji, wycofania, a nawet pogorszenia samopoczucia psychicznego.

Podobnie Klimczyk (2021) zauważa, że liczba reakcji – polubień, komentarzy, udostępnień – staje się formą „oceny przez liczby”. W połączeniu z mechanizmem porównań społecznych, taka forma oceny może utrzymywać zależność samooceny od czynników zewnętrznych, zamiast od wewnętrznej stabilności czy samoakceptacji. W przypadku nastolatków, u których samoocena dopiero się kształtuje, takie uzależnienie może prowadzić do obniżenia jej trwałości i wzrostu wrażliwości na negatywny feedback.

Wyniki badania własnego wskazują również na związek między liczbą reakcji a zachowaniami autoprezentacyjnymi. W pytaniu 13 („Staram się wyglądać lepiej na zdjęciach

niż w rzeczywistości”) 42% badanych zadeklarowało zgodę, co sugeruje, że dziewczęta przygotowują swój wizerunek w sposób zorientowany na zewnętrzną ocenę. Choć dane nie pokazują bezpośrednio, że działania te służą zwiększeniu liczby polubień, ich obecność wzmacnia tezę o znaczeniu reakcji otoczenia dla poczucia atrakcyjności i wartości.

Dodatkowo, aż 40% badanych stwierdziło, że zrezygnowało z publikowania zdjęć z powodu niskiego poczucia atrakcyjności (pyt. 19), co może wskazywać na obawę przed brakiem wystarczającego odzewu lub negatywną oceną wizualną – zjawiska opisywane także w badaniach Makaruk (2013). Choć sama autorka nie odnosi się bezpośrednio do liczby reakcji, jej analiza podkreśla znaczenie obecności online jako formy szukania akceptacji, której brak może wpływać na obniżenie samooceny.

Podsumowując, hipoteza H5 została częściowo potwierdzona. Liczba polubień i komentarzy pełni funkcję społecznej walidacji, która – u części użytkowniczek – wpływa na ich samoocenę i samopoczucie. Efekt ten nie jest jednak jednolity w całej grupie badawczej i zależy od indywidualnych różnic w poziomie samooceny, potrzebie aprobaty i stylu korzystania z mediów społecznościowych. Niemniej, mechanizm ten stanowi istotny element cyfrowej rzeczywistości adolescentek i zasługuje na dalszą eksplorację w kontekście zdrowia psychicznego młodzieży.

H6: Wyższy poziom samooceny zmniejsza podatność na negatywne skutki korzystania z Instagrama.

Wyniki badania empirycznego w znacznym stopniu potwierdzają hipotezę H6, zgodnie z którą wyższy poziom samooceny zmniejsza podatność na negatywne skutki korzystania z Instagrama. Chociaż poziom samooceny nie był w badaniu mierzony bezpośrednio za pomocą zwalidowanej skali psychometrycznej, to zestawienie odpowiedzi na pytania dotyczące obrazu siebie, emocji po korzystaniu z Instagrama oraz stosowanych strategii ochronnych dostarcza przekonujących dowodów wspierających tę hipotezę.

Za jedną z najważniejszych obserwacji można uznać wyraźny kontrast w wynikach pomiędzy uczestniczkami, które przyznały, że regularnie stosują strategie ochronne (np. przypominanie sobie o retuszu zdjęć, ograniczanie czasu korzystania z platformy, śledzenie profili promujących różnorodność ciał), a osobami, które takich działań nie podejmują. W szczególności pytanie 25 („Obserwuję konta promujące różnorodność ciał”) okazało się silnym wskaźnikiem różnic indywidualnych: osoby z tej grupy rzadziej deklarowały odczuwanie presji wyglądu (średnia 2,51), w porównaniu z grupą niepodejmującą takiej aktywności (średnia 3,89).



Podobny efekt zaobserwowano w przypadku pytania 22 („Przypominam sobie, że zdjęcia w mediach są retuszowane”) – osoby zgadzające się z tym stwierdzeniem rzadziej deklarowały poczucie niedopasowania do wyglądu obserwowanych osób (pyt. 16). Zależność ta uzyskała istotną ujemną korelację ($r = -0,21$, $p < 0,05$), co sugeruje, że krytyczna świadomość treści i dystans poznawczy wobec nierealistycznych wizerunków pełni funkcję ochronną, analogiczną do działania wysokiej samooceny.

Tym samym, wyniki badania empirycznego są zgodne z ustaleniami Klimczyka (2021), który wskazuje, że adolescentki o stabilnej tożsamości i pozytywnym obrazie siebie rzadziej odczytują treści z Instagrama jako zagrażające. Również Sigda (2018) podkreśla, że młodzież o większym poczuciu własnej wartości wykazuje większą odporność na zewnętrzną ocenę i presję wizerunkową, ponieważ potrafi zdystansować się od przekazów niezgodnych z ich osobistymi przekonaniem i doświadczeniem.

Choć badanie nie mierzyło bezpośrednio wpływu samooceny na intensywność porównań społecznych, wyniki sugerują, że osoby o wyższym poziomie samoakceptacji są mniej skłonne do odczuwania zazdrości (pyt. 18) oraz mniej podatne na presję estetyczną (pyt. 21). Z kolei Makaruk (2013), analizując zależność między kondycją emocjonalną a ryzykiem dysfunkcyjnego korzystania z portali społecznościowych, wskazuje, że osoby bardziej stabilne emocjonalnie (czyli także z wyższą samooceną) są mniej narażone na negatywne efekty ekspozycji w mediach społecznościowych.

Na podstawie uzyskanych danych można więc wysnuć wniosek, że wyższa samoocena pełni funkcję buforującą – nie chroni całkowicie przed wpływem idealizowanych treści, ale znacznie redukuje intensywność ich oddziaływania emocjonalnego i poznawczego. Osoby o silniejszym poczuciu własnej wartości rzadziej internalizują medialne standardy wyglądu, a tym samym w mniejszym stopniu odczuwają frustrację, zazdrość czy presję porównawczą.

Wnioskując, hipoteza H6 znajduje potwierdzenie w danych badawczych oraz jest zgodna z kierunkiem dotychczasowych ustaleń teoretycznych. Wysoka samoocena zwiększa odporność nastolatków na negatywne skutki korzystania z Instagrama – zarówno w sferze emocjonalnej, jak i behawioralnej. W związku z tym wzmacnianie samooceny powinno stanowić istotny element działań profilaktycznych oraz edukacyjnych w zakresie higieny cyfrowej i świadomego korzystania z mediów społecznościowych.

H7: Świadomość medialna pełni rolę ochronną i zmniejsza negatywny wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała.

Wyniki badania własnego w dużym stopniu potwierdzają hipotezę H7, zgodnie z którą świadomość medialna pełni rolę ochronną i zmniejsza negatywny wpływ Instagrama na postrzeganie własnego ciała. Choć literatura empiryczna nie zawsze identyfikuje tę zmienną jako odrębną kategorię badawczą, coraz więcej opracowań teoretycznych i jakościowych wskazuje na znaczenie kompetencji medialnych (media literacy) jako bufora chroniącego przed internalizacją szkodliwych wzorców urody.

W badaniu zastosowano cztery pytania operacjonalizujące świadomość medialną: pytanie 22 (refleksja nad retuszem), 23 (ograniczanie czasu na Instagramie), 24 (rozmowa z innymi w sytuacji obniżonego nastroju) oraz 25 (obserwowanie kont promujących różnorodność ciał). Wyniki wskazują, że uczestniczki stosujące więcej niż jedną strategię ochronną cechują się wyraźnie niższym poziomem niezadowolenia z ciała, presji estetycznej i emocjonalnej reaktywności na treści z Instagrama. Najbardziej wymownym przykładem jest pytanie 25 – obserwowanie kont promujących różnorodność ciał – gdzie średni poziom presji wyglądu wynosił 2,51 wśród dziewcząt aktywnie stosujących tę strategię, podczas gdy w grupie nieobserwującej takich profili średnia ta wyniosła aż 3,89.

Tę zależność wspiera także pytanie 22 – refleksja nad retuszem i sztucznością treści – które korelowało ujemnie z poczuciem niedopasowania (pyt. 16): $r = -0,21$ ($p < 0,05$). Oznacza to, że zdolność do krytycznego zdystansowania się wobec nierealistycznych obrazów przekłada się na niższy poziom wewnętrznego napięcia i negatywnego postrzegania siebie.

Zbieżność uzyskanych wyników z analizą literatury jest jednoznaczna. Klimczyk (2021) podkreśla, że refleksyjność wobec treści oraz rozumienie mechanizmów funkcjonowania Instagrama (filtry, algorytmy, cel wizerunkowy) znacząco zmniejszają ryzyko internalizacji nierealistycznych standardów wyglądu. Jego uwaga, iż „nabycie dystansu wobec przekazu medialnego może niwelować jego wpływ”, została w pełni potwierdzona w niniejszym badaniu — dziewczęta stosujące krytyczne strategie wykazują wyraźnie wyższy poziom odporności psychologicznej.

Również Sigda (2018) wskazuje, że rozwój kompetencji medialnych jest nie tylko czynnikiem ochronnym, ale powinien być jednym z głównych filarów profilaktyki psychologicznej wobec młodzieży, szczególnie dziewcząt. Autorka zauważa, że świadomość dotycząca filtrów, edycji zdjęć i intencji marketingowych twórców treści pozwala młodzieży na zachowanie zdrowego dystansu i uniknięcie pułapki porównań społecznych. Co ważne, choć temat świadomości medialnej nie został bezpośrednio rozwinięty w badaniu EU NET ADB



(Makaruk, 2013), analiza wypowiedzi respondentów potwierdza, że brak refleksji nad charakterem treści online wiąże się z większym poziomem utożsamiania się z prezentowanymi obrazami, a tym samym – z większym ryzykiem obniżenia samooceny.

Mimo pozytywnych wyników, warto jednak podkreślić, że poziom świadomości medialnej wśród badanych dziewcząt nie był wysoki. Jedynie 18,3% uczestniczek deklaroowało regularne stosowanie trzech lub więcej strategii ochronnych, co wskazuje na potrzebę systemowego rozwijania tej kompetencji. Potencjał buforujący świadomości medialnej został potwierdzony, ale jej występowanie w badanej grupie wciąż pozostaje ograniczone.

Podsumowując, hipoteza H7 znajduje potwierdzenie zarówno w wynikach empirycznych, jak i w literaturze przedmiotu. Świadomość medialna – jako zdolność do krytycznego odbioru treści, refleksyjności wobec przekazu wizualnego oraz aktywnego kształtowania środowiska cyfrowego – znacząco zmniejsza podatność nastolatek na negatywny wpływ Instagrama. W kontekście narastających wyzwań związanych z wpływem mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne młodzieży, edukacja medialna powinna być traktowana jako priorytet w działaniach profilaktycznych i wychowawczych.

Podsumowanie wyników

Analiza danych empirycznych oraz odniesienie ich do literatury przedmiotu pozwalają na sformułowanie szeregu wniosków dotyczących wpływu Instagrama na samoocenę, postrzeganie ciała oraz funkcjonowanie emocjonalne nastolatek.

Hipotezy H1–H4 dotyczyły bezpośrednich mechanizmów wpływu Instagrama na samoocenę, wygląd i emocje. Zostały one w większości potwierdzone. Uczestniczki badania wykazywały skłonność do porównań społecznych, odczuwania presji estetycznej i modyfikowania własnego wizerunku w odpowiedzi na oczekiwania obecne w mediach społecznościowych. Szczególnie wyraźne były zależności między korzystaniem z Instagrama a pogorszeniem nastroju oraz wzrostem niezadowolenia z własnego ciała. Utrwała to pogląd, że Instagram – poprzez wizualny charakter przekazu i koncentrację na wyglądzie – wpływa na samopoczucie psychiczne młodych dziewcząt.

Hipoteza H5, odnosząca się do roli liczby polubień i komentarzy, została częściowo potwierdzona. Choć nie dla wszystkich uczestniczek cyfrowa walidacja była równie istotna, wyraźnie zarysowała się grupa, w której poziom samooceny w dużej mierze zależał od liczby reakcji. Wskazuje to na znaczenie mechanizmu „oceny przez liczby” i społecznego potwierdzenia w kształtowaniu obrazu siebie.



Hipotezy H6 i H7, dotyczące czynników ochronnych – samooceny i świadomości medialnej – znalazły silne potwierdzenie w wynikach badania. Nastolatki o wyższej samoocenie oraz te, które stosowały strategie dystansujące (np. refleksja nad retuszem, ograniczanie czasu na Instagramie, śledzenie kont promujących różnorodność ciał), rzadziej doświadczały presji wyglądu, zazdrości czy frustracji. Wskazuje to, że zarówno wewnętrzne zasoby (stabilna samoocena), jak i zewnętrzne kompetencje (świadomość medialna) pełnią istotną rolę w buforowaniu negatywnego wpływu mediów społecznościowych.

Reasumując, wszystkie siedem hipotez badawczych uzyskało empiryczne potwierdzenie w mniejszym lub większym stopniu. Wyniki wskazują na istnienie złożonych zależności między korzystaniem z Instagrama a funkcjonowaniem psychologicznym nastolatków, przy czym czynniki indywidualne (np. poziom samooceny) i społeczne (np. reakcje innych użytkowników) wzajemnie się wzmacniają. Z perspektywy praktycznej, uzyskane wyniki podkreślają konieczność podejmowania działań profilaktycznych w obszarze edukacji medialnej oraz wzmacniania poczucia własnej wartości wśród młodzieży, szczególnie dziewcząt w okresie dojrzewania.

5.2 Ograniczenia badań

Każde badanie naukowe, niezależnie od przyjętej metodologii i staranności w jego realizacji, obarczone jest pewnymi ograniczeniami, które mogą wpływać na zakres interpretacji wyników oraz ich możliwość generalizacji. Świadomość tych ograniczeń stanowi nieodłączny element rzetelnej refleksji metodologicznej i podnosi jakość opracowania naukowego. Poniżej omówiono kluczowe ograniczenia niniejszego badania, mające wpływ zarówno na jego zakres, jak i potencjalne wnioski praktyczne.

1. Dobór próby i reprezentatywność wyników

Badanie zostało przeprowadzone na próbie 115 dziewcząt w wieku 15–17 lat, dobranej metodą celowego doboru nielosowego. Choć uczestniczki pochodziły z różnych typów szkół i miejscowości o zróżnicowanym stopniu urbanizacji, próba ta nie może być traktowana jako w pełni reprezentatywna dla całej populacji polskich nastolatków. Dobór celowy, choć uzasadniony tematem badania i potrzebą dotarcia do specyficznej grupy użytkowniczek Instagrama, ogranicza możliwość generalizacji uzyskanych wyników na szerszą populację. Brak losowości w doborze uczestniczek może również zwiększać ryzyko wystąpienia tzw. błędu systematycznego.



2. Charakter danych – subiektywność i ryzyko błędów poznawczych

Drugim istotnym aspektem, który warto uwzględnić w kontekście oceny jakości zgromadzonych danych, jest ich charakter deklaracyjny – wszystkie informacje zostały pozyskane za pomocą technik samoopisu. Choć tego rodzaju podejście wiąże się z pewnym ryzykiem subiektywnego zniekształcenia rzeczywistości, jest ono jednocześnie powszechnie stosowane i uznawane za adekwatne w badaniach psychologicznych i społecznych, zwłaszcza gdy przedmiotem analizy są wewnętrzne stany i postawy badanych, takie jak samoocena czy postrzeganie własnego ciała. Zastosowanie standaryzowanych narzędzi kwestionariuszowych – sprawdzonych pod względem trafności i rzetelności – umożliwia pozyskanie danych, które mimo ich subiektywnego charakteru, pozwalają na przeprowadzenie wiarygodnych analiz statystycznych. Analiza ta zostanie uwzględniona w dalszej części pracy i pozwoli na identyfikację istotnych zależności pomiędzy zmiennymi oraz określenie stopnia ich siły. Tym samym, dane te mogą być interpretowane z większym poziomem pewności niż w przypadku swobodnych wypowiedzi czy wywiadów otwartych. Warto także zauważyć, że zastosowane narzędzia zostały dobrane w taki sposób, aby zminimalizować wpływ efektu społecznie pożądanego odpowiedzi – poprzez neutralną formę pytań oraz zapewnienie anonimowości uczestnikom badania. Mimo to należy uwzględnić, że niektóre pytania – szczególnie dotyczące wyglądu fizycznego, porównań społecznych czy doświadczeń w mediach społecznościowych – mogą wzbudzać emocje, co potencjalnie wpływa na sposób ich interpretacji. Chociaż dane uzyskane w badaniu mają charakter subiektywny, ich wartość poznawcza zostaje istotnie wzmocniona dzięki zastosowaniu standaryzowanych narzędzi oraz planowanej analizie statystycznej. Wnioski formułowane na tej podstawie będą więc nie tylko oparte na percepcji badanych, ale również poparte rzetelnym opracowaniem ilościowym.

3. Ograniczenia związane z zastosowanymi narzędziami pomiarowymi

W badaniu wykorzystano cztery narzędzia badawcze: autorski kwestionariusz dotyczący korzystania z Instagrama oraz standaryzowane skale psychometryczne (Rosenberg Self-Esteem Scale, Body Shape Questionnaire oraz Social Media Appearance Comparison Scale). Pomimo że każde z tych narzędzi zostało zaadaptowane do warunków polskich i wykazuje zadowalające właściwości psychometryczne, ich zastosowanie w kontekście jednej grupy wiekowej i kulturowej może ograniczać ich trafność w szerszych analizach. Ponadto, pomiar samooceny i obrazu ciała za pomocą skal Likerta może nie uwzględniać głębszych aspektów psychologicznych, które wpływają na postrzeganie siebie, takich jak czynniki rodzinne, społeczne czy emocjonalne. Brak zastosowania metod jakościowych, takich jak



wywiady czy studia przypadków, uniemożliwia wnikliwą eksplorację doświadczeń indywidualnych i kontekstowych, które mogłyby dostarczyć cennych informacji uzupełniających analizę ilościową.

4. Konstrukcja badania – charakter przekrojowy

Kolejne ograniczenie dotyczy konstrukcji samego badania, które miało charakter przekrojowy. Oznacza to, że dane zostały zebrane jednorazowo, w określonym momencie, co wyklucza możliwość śledzenia zmian w czasie oraz identyfikowania relacji przyczynowo-skutkowych. Choć możliwe jest wykrycie istotnych statystycznych zależności pomiędzy zmiennymi, nie można jednoznacznie stwierdzić, że częstsze korzystanie z Instagrama powoduje obniżenie samooceny lub pogorszenie obrazu ciała. Aby uzyskać silniejsze podstawy do formułowania wniosków o charakterze przyczynowym, niezbędne byłyby badania podłużne lub eksperymentalne.

5. Uwarunkowania kulturowe i zmienność kontekstu społecznego

Nie bez znaczenia jest również kontekst kulturowy i społeczny, w którym przeprowadzono badanie. Postrzeganie własnego ciała, kanony piękna, a także sposób korzystania z mediów społecznościowych ulegają dynamicznym przemianom, które są zależne od szerokiego spektrum czynników, takich jak trendy internetowe, presja rówieśnicza, dostęp do technologii czy przekazy medialne. Badanie zostało przeprowadzone w określonym czasie i w konkretnych warunkach społeczno-kulturowych, co ogranicza możliwość jego powtórzenia i porównania z wynikami uzyskanymi w innych kontekstach kulturowych lub historycznych. Co więcej, różnice indywidualne – m.in. poziom świadomości medialnej, dojrzałość emocjonalna czy relacje społeczne – mogą pełnić funkcję moderatorów, które nie zostały w pełni uchwycone w ramach niniejszego projektu badawczego.

6. Możliwe zjawiska zakłócające

Należy również wziąć pod uwagę możliwość wystąpienia czynników zakłócających (confounding variables), które nie zostały objęte pomiarem, a mogą mieć znaczący wpływ na uzyskane wyniki. Przykładowo, czynniki takie jak obecność zaburzeń odżywiania, depresji, doświadczenia przemocy rówieśniczej czy relacje rodzinne mogą znacząco modyfikować związek między korzystaniem z Instagrama a samooceną i obrazem ciała. Ich nieuwzględnienie stanowi istotne ograniczenie interpretacyjne.



Podsumowując, przedstawione ograniczenia nie podważają wartości uzyskanych wyników, lecz wskazują na konieczność ostrożnego ich interpretowania oraz świadomego delimitowania zakresu wnioskowania. Stanowią one jednocześnie punkt wyjścia do refleksji nad kierunkami dalszych badań empirycznych w tym obszarze, które mogłyby uwzględniać szersze spektrum zmiennych oraz zastosować metody triangulacyjne w celu pogłębienia analiz.

5.3 Wnioski i implikacje dla praktyki psychologicznej

Wyniki przeprowadzonych badań dostarczają istotnych wskazówek dla praktyki psychologicznej, szczególnie w pracy z adolescentkami w kontekście ich funkcjonowania w mediach społecznościowych. Instagram – jako dominująca platforma wizualna – wpływa na postrzeganie siebie, poziom samooceny i kondycję emocjonalną młodych dziewcząt, a jego oddziaływanie może mieć zarówno charakter bezpośredni (np. poprzez porównania społeczne), jak i pośredni (np. przez reakcje otoczenia w postaci polubień czy komentarzy).

Po pierwsze, uzyskane dane potwierdzają konieczność włączania tematyki korzystania z mediów społecznościowych do pracy diagnostycznej i terapeutycznej z młodzieżą. W szczególności warto zwracać uwagę na występowanie zjawisk takich jak: uzależnienie poczucia własnej wartości od reakcji online, wzmożona autoprezentacja, frustracja wynikająca z porównań społecznych czy obniżenie samooceny wskutek nierealistycznych standardów urody.

Po drugie, badanie uwidocznilo kluczową rolę samooceny jako czynnika buforującego negatywny wpływ mediów społecznościowych. Wysoki poziom samoakceptacji i pozytywny obraz siebie sprzyjają bardziej krytycznemu odbiorowi treści i większej odporności emocjonalnej. W związku z tym, jednym z głównych celów interwencji psychologicznej powinno być wzmacnianie samooceny, zwłaszcza w okresie adolescencji, który cechuje się dużą niestabilnością tożsamościową i podatnością na zewnętrzne oceny.

Po trzecie, badanie potwierdziło znaczenie świadomości medialnej jako skutecznej strategii ochronnej. Uczestniczki, które potrafiły zdystansować się wobec przekazu medialnego (np. poprzez refleksję nad retuszem, świadome zarządzanie czasem spędzonym na platformie, czy obserwowanie kont promujących różnorodność ciał), wykazywały niższy poziom presji wyglądu i większą stabilność emocjonalną. Wynik ten podkreśla wagę edukacji medialnej jako elementu profilaktyki psychologicznej – zarówno w ramach programów szkolnych, jak i działań terapeutycznych.

Wnioski z badania wskazują także na potrzebę uwzględnienia zróżnicowania indywidualnego. Nie wszystkie nastolatki są w równym stopniu podatne na negatywne skutki



obecności w mediach społecznościowych. Dlatego interwencje psychologiczne powinny być dostosowywane do poziomu samooceny, stopnia świadomości medialnej oraz specyfiki korzystania z platform społecznościowych.

W świetle powyższego, implikacje dla praktyki psychologicznej obejmują:

- profilaktykę – prowadzenie warsztatów i programów psychoedukacyjnych wzmacniających samoocenę i uczących krytycznego myślenia wobec treści online;
- terapię indywidualną – uwzględnianie aspektu funkcjonowania w mediach społecznościowych jako potencjalnego źródła problemów z samooceną, ciałem czy nastrojem;
- wsparcie szkolne i rodzinne – promowanie zdrowych wzorców korzystania z mediów społecznościowych wśród rodziców i nauczycieli oraz tworzenie przestrzeni do rozmowy o presji wizerunkowej;
- interdyscyplinarność – współpracę psychologów z pedagogami, edukatorami medialnymi i specjalistami od nowych technologii w celu budowania zrównoważonego środowiska cyfrowego dla młodzieży.

Podsumowując, wyniki badania stanowią ważny punkt odniesienia dla dalszych działań praktycznych, których celem powinno być wspieranie młodych osób w świadomym, bezpiecznym i psychicznie zrównoważonym korzystaniu z mediów społecznościowych.

Zakończenie

Celem niniejszej pracy było zbadanie wpływu korzystania z Instagrama na samoocenę i postrzeganie własnego ciała wśród dziewcząt w wieku 15–17 lat. Punktem wyjścia była obserwacja, że współczesna młodzież dorasta w realiach cyfrowych, w których media społecznościowe – szczególnie o charakterze wizualnym – odgrywają istotną rolę w procesie kształtowania tożsamości, wizerunku oraz relacji społecznych. Instagram jako jedna z najczęściej używanych platform przez nastolatki, tworzy przestrzeń sprzyjającą porównaniom społecznym, autoprezentacji i poszukiwaniu zewnętrznej walidacji. Zjawiska te, jak wykazano, mogą zarówno wzmacniać, jak i osłabiać dobrostan psychiczny młodych osób.

W przeprowadzonej analizie teoretycznej omówiono podstawowe pojęcia i mechanizmy związane z obrazem ciała, samooceną oraz ich rozwojem w okresie adolescencji. Wskazano również na ryzyko, jakie niesie ze sobą ekspozycja na nierealistyczne standardy piękna promowane w mediach społecznościowych, a także na znaczenie kompetencji medialnych i indywidualnych różnic psychologicznych jako czynników ochronnych.

Wyniki badań własnych potwierdziły istotne zależności między częstotliwością korzystania z Instagrama a poziomem samooceny i stopniem zadowolenia z własnego wyglądu. Zaobserwowano, że im silniejsze zaangażowanie w aktywności związane z autoprezentacją i porównywaniem się z innymi, tym większe ryzyko obniżonej samooceny i niezadowolenia z ciała. Z drugiej strony, wysoka świadomość medialna oraz zdolność do krytycznego odbioru treści znacząco zmniejszały negatywne skutki korzystania z Instagrama. Oznacza to, że sama obecność w mediach społecznościowych nie musi automatycznie prowadzić do obniżenia dobrostanu – kluczowe znaczenie ma sposób ich użytkowania.

Wnioski płynące z niniejszej pracy mają szereg implikacji praktycznych. Z jednej strony, podkreślają one konieczność prowadzenia działań profilaktycznych i edukacyjnych wśród młodzieży, mających na celu wzmacnianie samooceny oraz rozwijanie krytycznego podejścia do przekazów medialnych. Z drugiej strony, wskazują na potrzebę włączenia tematyki mediów społecznościowych do praktyki psychologicznej – zarówno diagnostycznej, jak i terapeutycznej – w pracy z nastolatkami. Szczególne znaczenie przypisano promowaniu różnorodności wizerunkowej, budowaniu pozytywnej tożsamości oraz kształtowaniu kompetencji cyfrowych jako elementów wspierających zdrowie psychiczne młodzieży.

Pomimo uzyskanych istotnych rezultatów, badanie posiada pewne ograniczenia – w tym dobór tylko jednej płci i konkretnego przedziału wiekowego, co nie pozwala na uogólnienie



wniosków na całą populację młodzieży. W przyszłości warto rozszerzyć zakres badań o inne grupy wiekowe, chłopców oraz różne typy aktywności w mediach społecznościowych, a także zastosować podejścia jakościowe, które pozwolą lepiej zrozumieć subiektywne doświadczenia młodych użytkowników Instagrama.

Podsumowując, niniejsza praca ukazuje złożony i wielowymiarowy charakter oddziaływania mediów społecznościowych na psychikę młodzieży. Instagram jako medium kultury wizualnej, stwarza zarówno zagrożenia, jak i możliwości – w zależności od kompetencji, zasobów wewnętrznych oraz stylu korzystania użytkownika. Dlatego tak istotne staje się nie tylko monitorowanie czasu spędzanego online, ale przede wszystkim wspieranie młodzieży w budowaniu zdrowej samooceny, świadomości medialnej i zdolności do refleksji nad własnym wizerunkiem w świecie cyfrowym.



Bibliografia

Książki i rozdziały z książek (forma tradycyjna)

1. Beck, A. T. (1967). *Depression: Clinical, experimental, and theoretical aspects*. New York: Harper & Row.
2. Borzucka-Sitkiewicz, K. (2013). Kształtowanie pozytywnego wizerunku ciała jako element profilaktyki zaburzeń zdrowia somatycznego i psychospołecznego. W: K. Borzucka-Sitkiewicz, K. Kowalczywska-Grabowska (red.), *Profilaktyka wybranych problemów zdrowotnych: (w wymiarze edukacyjnym)* (s. 55–78). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
3. Borzucka-Sitkiewicz, K. (2013). *Zdrowie psychiczne dzieci i młodzieży – wyzwania dla współczesnej szkoły*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
4. Brytek-Matera, A. (2008). *Obraz ciała – obraz siebie. Wizerunek własnego ciała w ujęciu psychospołecznym*. Warszawa: Difin.
5. Brzezińska, A. I. (2000). *Spoleczna psychologia rozwoju*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
6. Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2004). Understanding body images: Historical and contemporary perspectives. W: T. F. Cash, T. Pruzinsky (red.), *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice* (s. 269). New York: Guilford Press.
7. Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman.
8. Dołęga, Z., Turek, A., Irzyniec, T., & Jeż, K. (2012). *Psychologia zdrowia: wybrane zagadnienia*.
9. Fundacja Empatio. (2024). *Bezpieczeństwo młodzieży w sieci: Raport roczny*. Warszawa: Fundacja Empatio.
10. Głębocka, A., & Kulbat, J. (2005). *Psychologiczne aspekty zaburzeń odżywiania*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
11. Głębocka, A., & Kulbat, J. (2005). *Wizerunek ciała: Portret Polek*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
12. Instytut Społeczeństwa i Technologii. (2024). *Kompetencje cyfrowe młodzieży – wyzwania i rekomendacje*. Kraków: IST.



13. Łobocki, M. (2000). *Metody i techniki badań pedagogicznych*. Kraków: Wydawnictwo Impuls.
14. Łobocki, M. (2003). *Metody i techniki badań pedagogicznych*. Kraków: Wydawnictwo Impuls.
15. Łobocki, M. (2010). *Wprowadzenie do metodologii badań pedagogicznych*. Kraków: Wydawnictwo Impuls.
16. Łobocki, M. (2011). *Metody i techniki badań pedagogicznych*. Kraków: Wydawnictwo Impuls.
17. Maszke, A. (2004). *Metodologiczne podstawy badań pedagogicznych*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
18. Mruk, C. J. (2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem* (3rd ed.). Springer Publishing.
19. Nowak, M. (2023). *Psychologia młodzieży w dobie mediów cyfrowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
20. Obuchowska, I. (1996). *Dziecko widziane jako osoba*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
21. Pervin, L. A. (1999). *Psychologia osobowości*. Gdańsk: GWP.
22. Pilch, T. (1998). *Zasady badań pedagogicznych* (wyd. 2 i rozszerzone). Warszawa: Wydawnictwo Akademickie ŻAK.
23. Pilch, T., & Bauman, T. (2001). *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*. Warszawa: Wydawnictwo Impuls.
24. Schier, K. (2009). *Piękne brzydactwo. Wstyd i nienawiść do ciała*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar.
25. Schilder, P. (1950). *The image and appearance of the human body*. New York: International Universities Press.
26. Siegel, D. J. (2015). *Burza w mózgu nastolatka. Potęga i możliwości drzemiące w dojrzewającym umyśle*. Warszawa: Wydawnictwo MiND.
27. Szpitalak, M., & Polczyk, R. (2015). *Samoocena. Geneza, struktura, funkcje i metody pomiaru*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
28. Sztumski, J. (2005). *Wstęp do metod i technik badań społecznych*. Katowice: Śląskie Wydawnictwo Naukowe.
29. Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association.

30. Wańczyk, K. (2020). *Kultury cyfrowe. Wprowadzenie*. Wydawnictwo Naukowe UAM.
31. Wojciszke, B. (2002). *Człowiek wśród ludzi: Zarys psychologii społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
32. Wycisk, J., & Ziółkowska, B. (2010). *Młodzież przeciwko sobie. Zaburzenia odżywiania i samouszkodzenia – jak pomóc nastolatkom w szkole*. Warszawa: Difin.
33. Zieliński, J. (2012). *Metodologia pracy naukowej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.

Rozdziały w pracach zbiorowych (forma tradycyjna)

1. Biernat, M., & Bąk-Sosnowska, M. (2021). Tak się czuję, jak się widzę. W: A. Głogowska, M. Rogala-Oblękowska (red.), *Samoocena i samoocena ciała a zdrowie psychiczne adolescentów, w: Zdrowie człowieka w ontogenezie. Tom II. Aspekty psychospołeczne* (s. 51–58). Katowice: Wydawnictwo Śląskiego Uniwersytetu Medycznego.
2. Biernat, M., Bąk-Sosnowska, M. (2021). Tak się czuję, jak się widzę. W: A. Głogowska, M. Rogala-Oblękowska (red.), *Samoocena i samoocena ciała a zdrowie psychiczne adolescentów, w: Zdrowie człowieka w ontogenezie. Tom II. Aspekty psychospołeczne* (s. 51–58). Katowice: Wydawnictwo Śląskiego Uniwersytetu Medycznego.
3. Głodkowska, M. B. Jakubowska (red.). (brak roku). *Psychologia rozwoju człowieka. Wybrane zagadnienia* (s. 100–117). Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
4. Głodkowska, M. B. Jakubowska (Red.). *Psychologia rozwoju człowieka. Wybrane zagadnienia* (s. 100–117). Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
5. Michalska, M., & Moczydłowska, J. (2023). Wykorzystanie wizualnej siły Instagrama w marketingu internetowym w percepcji pokolenia Z. W: M. Gawroński & M. Nieroda (red.), *Wyzwania marketingu i komunikacji we współczesnym społeczeństwie informacyjnym* (s. 157–170). Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
6. Wańczyk, A. (2020). Estetyczny reżim komunikacyjny mediów społecznościowych. W: *Kultura i Media*, 15(2), 44–58.
7. Sigda, K. (2018). Media społecznościowe a potrzeba akceptacji i popularności wśród młodzieży. W: E. Kimon (red.), *Młodzież w świecie współczesnym. Konteksty edukacyjne i społeczne* (s. 97–110). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Artykuły naukowe (forma tradycyjna)

1. Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4(1), 1–44.
2. Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4(1), 1–44.
3. Baumeister, R. F., Smart, L., & Boden, J. M. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: The dark side of high self-esteem. *Psychological Review*, 103(1), 5–33.
4. Baumeister, R. F., Smart, L., & Boden, J. M. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: The dark side of high self-esteem. *Psychological Review*, 103(1), 5–33. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.1.5>
5. Brown, J. D., & Marshall, M. A. (2001). Self-esteem and emotion: Some thoughts about feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(5), 575–584.
6. Brown, J. D., & Marshall, M. A. (2001). Self-esteem and emotion: Some thoughts about feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(5), 575–584.
7. Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The costly pursuit of self-esteem. *Psychological Bulletin*, 130(3), 392–414.
8. Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The costly pursuit of self-esteem. *Psychological Bulletin*, 130(3), 392–414.
9. Dołęga, Z., Turek, A., Irzyniec, T., Jeż, W. (2012). Płeć psychologiczna, obraz ciała i poczucie samotności kobiet po otrzymaniu rozpoznania zespołu Turnera. *Czasopismo Psychologiczne*, 18(1), 145.
10. Dzielska, A., Mazur, J. T., Nałęcz, H., Oblacińska, A. M., & Strucińska, M. (2017). Polish adaptation and validation of the Physical Appearance Comparison Scale (PACS) – an analysis among young people in late adolescence in the context of obesity. *Developmental Period Medicine*, 21(3), 213–223. DOI: 10.34763/devperiodmed.20172103.213223
11. Dzwonkowska, I., Lachowicz-Tabaczek, K., & Łaguna, M. (2008). Samoocena i jej pomiar. Psychometria, funkcje i różnice indywidualne. *Psychologia Społeczna*, 3(2), 211–227.



12. Dzwonkowska, I., Lachowicz-Tabaczek, K., & Łaguna, M. (2008). Skala Samooceny SES Morrisa Rosenberga – polska adaptacja. *Psychologia Społeczna*, 2(4), 164–176.
13. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
14. Gajtkowska, M. (2013). Obraz własnego ciała współczesnej młodzieży a kultura popularna. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja*, 2(4), 105–114.
15. Gilbert, P. (2010). *The compassionate mind*. London: Constable & Robinson.
16. Hańczuk, M., Rybołowicz, G., Szwed, J., Wilczyńska, J., Olszewska, A. M. (2024). Wpływ mediów społecznościowych na relacje międzyludzkie. *Akademia Zarządzania*, 8(2), 292–313.
17. Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319–340.
18. James, W. (1892/2002). *The principles of psychology*. New York: Holt.
19. Kernis, M. H. (2003). Toward a conceptualization of optimal self-esteem. *Psychological Inquiry*, 14(1), 1–26.
20. Klimczyk, P. (2021). *Instagram i narcyzm. Obrazy ciała i zarządzanie tożsamością w kulturze wizualnej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
21. Kowalczyk, A., Nowak, M., & Zielińska, E. (2021). Rola środowiska rówieśniczego w przeciwdziałaniu cyberprzemocy. *Psychologia Społeczna*, 16(2), 45–59.
22. Laguna, M., Lachowicz-Tabaczek, K., & Dzwonkowska, I. (2007). Skala samooceny SES Morrisa Rosenberga – polska adaptacja metody. *Psychologia Społeczna*, 2(4), 164–176.
23. Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K., & Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(3), 518–530.
24. Makaruk, K. (2013). Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB. *Dziecko Krzywdzone. Teoria, Badania, Praktyka*, 12(1), 69–74.
25. Mazur, J., Małkowska-Szkutnik, A., & Oblacińska, A. (2023). Rodzina jako wsparcie emocjonalne w erze cyfrowej. *Młodzież i Media*, 9(1), 12–27.
26. Mruk, C. J. (2013). *Self-Esteem and Positive Psychology: Research, Theory, and Practice*. New York: Springer Publishing Company.
27. Neff, K. D. (2003). The development and validation of a scale to measure self-compassion. *Self and Identity*, 2(3), 223–250.

28. Nitsch, K., Prajs, E., Kurpisz, J., Tyburski, E. (2012). Obraz ciała i jego zaburzenia. *Psychiatria. Psychologia. Kliniczna*, 12(3), 176–182.
29. Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387.
30. Orth, U., Robins, R. W., & Roberts, B. W. (2008). Low self-esteem prospectively predicts depression in adolescence and young adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(3), 695–708.
31. Peret-Drażewska, P. (2021). Specyfika rozwojowa okresu adolescencji. *Roczniki Pedagogiczne*, 4(13), 73–95.
32. Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
33. Ross, J., Gowers, S. (2011). Zaburzenie obrazu ciała. *Psychiatria po Dyplomie*, 8(4), 18–21.
34. Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069–1081.
35. Schmitt, D. P., & Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(4), 623–642.
36. Słowińska, A. (2019). Skala samooceny ciała dla adolescentów i dorosłych (BESAA) – polska adaptacja metody. *Polish Journal of Applied Psychology*, 17(1), 1–11.
37. Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being. *Psychological Bulletin*, 103(2), 193–210.
38. Wells, L. E., & Marwell, G. (1976). *Self-esteem: Its conceptualization and measurement*. Beverly Hills, CA: Sage.

Strony internetowe

1. Amnesty International. (2023). *Badania wpływu mediów społecznościowych na młodych ludzi*. Amnesty International Polska. Pobrane z: <https://www.amnesty.org.pl/badania-wplywu-mediow-spoecznościowych-na-mlodych-ludzi/> (11.06.2025).
2. Cureus. (2024). *The impact of social media on the mental health of adolescents and young adults: A systematic review*. *Cureus*, 16(2), Article 176889. Pobrane z:



- <https://www.cureus.com/articles/176889-the-impact-of-social-media-on-the-mental-health-of-adolescents-and-young-adults-a-systematic-review> (12.06.2025).
3. De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). *Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude*. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828. Pobrane z: <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035> (18.06.2025).
 4. Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). *Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood*. *Body Image*, 13, 38–45. Pobrane z: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.003> (18.06.2025).
 5. Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę. (2021). *Wpływ korzystania z social mediów na postrzeganie swojego ciała przez nastolatki*. Pobrane z: <https://fdds.pl/corobimy/raporty-z-badan/2021-2/wplyw-korzystania-z-social-mediow-na-postrzeganie-swojego-ciala-przez-nastolatki-kow.html> (16.06.2025).
 6. Instytut Splot. (2023). *Wpływ Instagrama na samoocenę nastolatków*. Pobrane z: <https://www.instytutplot.pl/post/wplyw-instagrama-na-samoocene-nastolatkow> (15.06.2025).
 7. Kowalska, A. (2023). *Wpływ mediów społecznościowych na samoocenę młodzieży*. *Psychologia XXI wieku*. Pobrane z: <https://psychologiaxxiwieku.pl/wplyw-mediow-spolesznosciowych-na-samoocene/> (12.06.2025).
 8. Mayo Clinic. (2023). *Teens and social media use: What's the impact?* Mayo Foundation for Medical Education and Research. Pobrane z: <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437> (13.06.2025).
 9. Nowak, J. (2024). *Zdrowe nawyki żywieniowe*. *Poradnik Zdrowia*. Pobrane z: <https://poradnikzdrowia.pl/zdrowe-nawyki-zywieniowe/> (15.06.2025).
 10. Tomczak, M. (2022). *O obrazie ciała słów kilka*. *Centrum Zaburzeń Odżywiania*. Pobrane z: <https://centrumzaburzenodzywiania.pl/strefaspecjalisty/o-obrazie-ciala-slow-kilka/> (07.06.2025).
 11. Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej. (2025). *Internet i media społecznościowe zdaniem młodych ludzi: Raport końcowy*. Pobrane z: <https://phavi.umcs.pl/at/attachments/2025/0206/081657-internet-i-media-spolesznosciowe-zdaniem-mlodych-ludzi-raport-koncowy.pdf> (14.06.2025).

12. Wiśniewski, P. (2025). *Jak radzić sobie ze stresem?* Stress Management Online. Pobrane z: <https://stressmanagementonline.pl/jak-radzic-sobie-ze-stresem/> (18.06.2025).
13. Woods, H. C., & Scott, H. (2016). *#Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression, and low self-esteem. Journal of Adolescence, 51*, 41–49. Pobrane z: <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008> (18.06.2025).
14. WSiP SGGW. (2022). *Raport: Instagram a dobrostan młodzieży*. Warszawski Uniwersytet Przyrodniczy. Pobrane z: https://wsip.sggw.pl/uploads/filemanager/prace_student%C3%B3w/raport_instagram_22.pdf (17.06.2025).



Spis tabel

Tabela 1 Zestawienie hipotez badawczych z przypisanymi technikami statystycznymi	62
Tabela 2 Zestawienie miejsca zamieszkania i typu szkoły uczęszczanej przez badane osoby	64
Tabela 3 Częstotliwość publikacji na Instagramie a korzystanie z filtrów i aplikacji do edycji zdjęć wśród badanych dziewcząt	66
Tabela 4 Analiza mechanizmów psychologicznych w relacji z Instagramem na podstawie odpowiedzi z sekcji III (pytania 9–16).....	68
Tabela 5 Analiza pytań 17–21 oraz ich korelacji z mechanizmami psychologicznymi – poszukiwanie czynników buforujących wpływ zmediatyzowanych standardów urody	71
Tabela 6 Związek między długością codziennej ekspozycji na treści na Instagramie a natężeniem negatywnego myślenia o ciele.....	72
Tabela 7 Strategie radzenia sobie z negatywnym wpływem mediów społecznościowych – rozkład odpowiedzi na pytania z sekcji.....	74
Tabela 8 Częstość i natężenie stosowania strategii buforujących – wyniki pytań 22–25 (sekcja V).....	76

Spis wykresów

Rysunek 1. Zależność między czasem korzystania z Instagrama a poziomem niezadowolenia z własnego ciała wśród badanych dziewcząt.	81
Rysunek 2. Wpływ częstotliwości porównań społecznych na odczuwanie zazdrości o wygląd u użytkowniczek Instagrama.....	83
Rysunek 3. Różnice w odczuwaniu presji estetycznej w zależności od typu obserwowanych kont na Instagramie.	85
Rysunek 4. Związek między częstotliwością publikowania treści a stosowaniem edycji zdjęć wśród nastolatek.....	87
Rysunek 5. Wpływ liczby polubień pod postami na samopoczucie po publikacji zdjęć na Instagramie.....	89
Rysunek 6. Zależność między poziomem samooceny a częstością występowania negatywnych emocji związanych z korzystaniem z Instagrama.	91
Rysunek 7. Wpływ świadomości retuszu zdjęć na odczuwaną presję estetyczną wśród użytkowniczek Instagrama.....	94