

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II  
Wydział Nauk Społecznych  
Katedra Psychologii Emocji i Motywacji, Al. Raławickie 14, 20-950 Lublin  
tel. +48 81 445 3510, e-mail: aneta.przepiorka@gmail.com

## **RAPORT Z PROJEKTU BADAWCZEGO**

**Lublin 2021**

**Zadanie 5.5. Narodowego Programu Zdrowia: Badania naukowe, epidemiologiczne, monitoring, ewaluacja - wspieranie badań naukowych dotyczących uzależnień behawioralnych a także rozwiązywania problemów z tym związanych**

**21. Przeprowadzenie badań naukowych służących pogłębieniu wiedzy w zakresie uzależnień behawioralnych, w tym hazardu problemowego i patologicznego.**

**Nazwa własna projektu: Przekonania o sobie, zachowania zdrowotne a ocena ciała: moderująca rola uzależnienia od Instagrama**

## **Wprowadzenie**

Tematyka projektu dotyczyła problematycznego korzystania z portali społecznościowych, na przykładzie Instagrama. Korzystanie z tego portalu zakłada wymianę zdjęć i obrazów. Jako medium skupionym na obrazie, portal ten został celowo wybrany do projektu, gdzie do modelu zależności włączona została zmienna, jaką jest obraz ciała. W projekcie zakłada się analizę zależności pomiędzy przekonaniami o sobie, zachowaniami zdrowotnymi, uzależnieniem od Instagrama oraz obrazem ciała. Jako przekonania o sobie włączone zostały samoocena oraz przekonanie o własnej skuteczności. Badania były realizowane na grupie adolescentów w wieku 16-18 lat oraz młodych dorosłych w wieku 19-25 lat będących najliczniejszą grupą użytkowników Instagrama, według raportu Gemiusa (2018). Obserwuje się powszechność korzystania z portali społecznościowych, ich dostępność, obniżanie się wieku osób korzystających z Internetu po raz pierwszy oraz wzrastająca liczba młodych osób uzależnionych od tej technologii. W Polsce na Instagramie było zarejestrowanych ponad 6 mln użytkowników, są to z reguły osoby młode w wieku od 16 do 34 r.ż. W związku z tak dużą liczbą użytkowników Instagrama, portal ten ma bardzo duży wpływ na funkcjonowanie jego użytkowników (Phua, Jin, i Kim, 2017).

### **Uzależnienie od Instagrama**

Od wielu lat Internet jest nieodzowną częścią funkcjonowania zarówno w sferze prywatnej jak i zawodowej. Internet z jednej strony ułatwia życie, ale z drugiej stał się źródłem problemów. Nadmierne korzystanie stało się przyczyną uzależnienia, które w znacznym stopniu prowadzi do zakłócenia we wszystkich sferach funkcjonowania człowieka. Uzależnienie od Internetu jest fenomenem często podejmowanym w badaniach psychologicznych (np. Pezoa-Jares, 2012). Jednak badacze raczej przychylają się do podejścia, które mówi, że powinniśmy mówić o uzależnieniu od poszczególnych modalności w Internecie, a nie od uzależnieniu od Internetu w ogóle (Błachnio i Przepiórka, 2016). Jedną z takich modalności są portale społecznościowe, które stały się ważnym środkiem komunikacji wykorzystywanym w celach zawodowych, prywatnych, rekreacyjnych czy informacyjnych. Instagram jest jednym z najbardziej popularnych portali społecznościowych, i obecnie posiada około ponad 1 miliard użytkowników. Instagram jest używany przede wszystkim do udostępniania zdjęć i obrazów. Zagadnienia związane z użytkowaniem Instagrama podejmowane jest coraz częściej przez badaczy portali społecznościach ze względu na jego szerokie grono użytkowników i technologiczne możliwości, które sprawiają, że ma on ogromny wpływ na życie społeczne. Nadal niewiele jest jednak badań, które dotyczyłyby związku między korzystaniem z Instagrama a jego wpływem na postrzeganie swojego ciała, zwłaszcza

u młodych osób. Jak pokazują badania, dla młodych osób, w okresie dojrzewania ważne jest porównanie społeczne z innymi rówieśnikami, także w kontekście swojego wyglądu (Webb, Zimmer-Gembeck i Donovan, 2014). Na uwagę zasługuje również skala osób młodych, które mają zaburzony obraz ciała, oraz doświadczają niezadowolenie ze swojego ciała (Pilecki, Józefik, Sałapa, 2012). Na ten temat zwracają uwagę liczne raporty i opracowania naukowe (Brytek-Matera, 2010).

## **Obraz ciała**

Adolescencja jest tym okresem, gdzie ważną rolę w tworzeniu własnego Ja i obrazu siebie pełnią czynniki społeczne i kulturowe. U młodych osób obraz siebie kształtowany jest przez interakcje człowieka z otoczeniem. Poprzez to doświadczenie budujemy pozytywny lub negatywny stosunek do samego siebie (Łaguna, 1996). U młodych osób często też pojawia się często niezadowolenia ze swojego ciała (Lawler i Nixon, 2011). W kontekście wszechobecnego wpływu mediów na negatywny wizerunek ciała (Ata i in., 2013, Boyce i Kuijer, 2014, Bruns i Carter, 2015, Halliwell, 2013, Myers i Crowther, 2009, Tiggemann i wsp., 2014) aktualne staje się pytanie o obraz siebie wśród młodzieży korzystającej z Instagrama jako portalu społecznościowego nastawionego na wymianę zdjęć i obrazów, co zwiększa koncentrację na własnym wyglądzie. Obraz ciała jest definiowany jako postawa wobec własnego wyglądu fizycznego, która obejmuje elementy emocjonalne, poznawcze i behawioralne (Curran, 2003). Jak pokazują dotychczasowe badania korzystanie z Instagrama ma negatywny wpływ na satysfakcję z ciała (Ahadzadeh, Pahlevan i Ong, 2017). Samoocena jest moderatorem w relacji pomiędzy korzystaniem z Instagrama na satysfakcję z ciała. Wyniki badań (Bair i in., 2012, Smith i in., 2013, Tiggemann i Slater, 2013, Vartanian i Dey, 2013) pokazują bezpośredni i negatywny wpływ portali społecznościowych, takich jak Facebook, na obraz ciała. Okazuje się, że czas poświęcony specjalnie na czynności związane ze zdjęciami na Facebooku (tj. publikowanie i udostępnianie zdjęć siebie i znajomych) sprzyja wzmożonej uwadze na swoim ciele, preferencji szczupłego ciała i niższemu poziomowi zadowolenia z wagi (Meier i Gray, 2014). Wpływ ten mogą wyjaśniać zjawiska odnoszące się do teorii porównań społecznych. Niezadowolenie z ciała może rozwinąć się, gdy często porównuje się swój wygląd fizyczny do wyglądu fizycznego innych (Vartanian i Dey, 2013). Odwiedzanie, sprawdzanie zdjęć profilowych innych użytkowników, polubienie, udostępnianie lub komentowanie ich zdjęć w serwisach społecznościowych powoduje, że osoby często angażują się w porównania społeczne związane z wyglądem fizycznym, co prowadzi do negatywnych uczuć wobec ich ciała (Kim i Chock, 2015). Inne wyjaśnienie dla niezadowolenia z ciała można znaleźć w teorii rozbieżności Higginsa (1987). Poprzez korzystanie z Instagrama, wygląd staje się istotnym aspektem życia. Kiedy ta rozbieżność pomiędzy rzeczywistym a idealnym wizerunkiem ciała staje się wyraźna,

pojawia się negatywny wizerunek swojej osoby i niezadowolenie z ciała. W badaniu Vartanian i Dey (2013) osoby po odwiedzeniu Facebooka porównywały swój wygląd (np. wygląd twarzy, włosów i skóry) z wyglądem, który lubią. W badaniu na grupie dziewcząt w wieku 8–9 lat i w wieku 13–15 lat, okazało się, że korzystanie z Internetu wiązało się z kontrolą ciała i dążeniem do szczupłości. Jak wskazują inne badania, warto kontrolować czynniki demograficzne, jak wykształcenie rodziców oraz wskaźnik masy ciała, które pełnią znaczącą rolę w podejmowaniu zdrowych nawyków (Cohen, Newton-John, Slater, 2017).

### **Przekonania o sobie**

Przekonania o sobie są ugruntowanymi predyktorami przyszłych zachowań w dziedzinie zdrowia (np. Schwarzer i Renner, 2000), edukacji (Bong, Cho, Ahn i Kim, 2012) i w pracy (Cunningham, Bruening, Sartore, Sagas i Fink, 2005). Rola przekonań na swój własny temat ma decydujące znaczenie w sytuacjach zadaniowych, w których człowiek konfrontuje ilość posiadanych przez siebie zasobów i możliwości ich wykorzystania z otaczającą go rzeczywistością (por. Łaguna, 2010). Przekonania o własnej skuteczności i samoocena są ważnymi zasobami człowieka określanymi jako kapitał psychologiczny (*psychological capital*) (Luthans, Youssef i Avolio, 2007). Ich rola jest mocno akcentowana w psychologii pozytywnej, podkreślającej istnienie pewnych właściwości człowieka, które są dla jednostki źródłem siły, wytrwałości i zadowolenia z życia (por. Seligman i Csikszentmihalyi, 2000). Przekonania te należą do konstruktów poznawczych regulujących zachowanie człowieka. Określane są również jako potoczne teorie rzeczywistości (Dweck, 2000), poprzez które postrzegamy otaczający świat, formułujemy oceny i sądy o innych. Są to pojęcia, które choć pokrywają w części wspólne obszary tematyczne, mają trochę inne założenia teoretyczne i implikacje (Snyder, Rand i Sigmon, 2002).

**Przekonanie o własnej skuteczności** (Bandura, 1982) odnosi się do przekonania o umiejętności sprostania danemu wyzwaniu i realizacji założonego celu. Jak podaje literatura, poczucie własnej skuteczności pozwala przewidywać intencje i działania w różnych obszarach ludzkiej aktywności, w tym również w zakresie zachowań zdrowotnych (Schwarzer, 1992, 1997). Potwierdzono to w kilku badaniach koncentrujących się na zmianach w różnych domenach zachowań związanych z otyłością, takich jak na przykład zachowania dietetyczne (Schwarzer i Renner, 2000). Pełni też ważną rolę przy zapobieganiu uzależnieniom behawioralnym. Poczucie własnej skuteczności było mediatorem między stresem akademickim a uzależnieniem od smartfonów (Chiu, 2014). Jeong i Kim (2011) wskazali, że poczucie skuteczności w prawdziwym życiu była negatywnie związana z uzależnieniem od gier, podczas gdy samoskuteczność w życiu cybernetycznym była z tym pozytywnie powiązana. Poczucie samoskuteczności było negatywnie powiązane z uzależnieniem od Facebooka (Blachnio,

Przepiórka, i Czuczwar, 2016). **Samoocena** zaś jest pozytywną lub negatywną oceną siebie, zawiera oprócz komponentu poznawczego, także emocjonalny (Rosenberg, 1989). Badania wskazują, że osoby o wyższej samoocenie odnoszą większe sukcesy w życiu, stawiają więcej celów (Pilegge i Holtz, 1997). Niska samoocena występowała częściej u osób uzależnionych od Internetu (Ayas i Horzum, 2013) czy od Facebooka (Błachnio i Przepiórka, 2016; Herrera Harfuch, Pacheco Murguía, Lever i Andrade, 2010).

### **Zachowania zdrowotne**

Tematyka zachowań zdrowotnych cieszy się coraz większym uznaniem ze względu na ich konsekwencje dla zdrowia fizycznego i psychicznego (Rezende, Rodrigues Lopes, Rey-López, Matsudo i Luiz, 2014). Raport Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) z 2016r., dotyczący wiedzy Polaków na temat zdrowia, jednoznacznie wskazuje na popularność prozdrowotnego stylu życia. Zdaniem ankietowanych, zachowaniem, które w największym stopniu przyczynia się do poprawy zdrowia, jest właściwe odżywianie się, a więc np. częste spożywanie warzyw i owoców czy ograniczanie tłuszczów zwierzęcych (48% wskazań). Niespełna co trzeci respondent do działań prozdrowotnych zalicza przede wszystkim regularne wizyty u lekarza oraz unikanie sytuacji stresowych (po 30% wskazań), natomiast mniej więcej co czwarty za takie zachowania uznaje w pierwszej kolejności niepalenie papierosów (23%), regularne uprawianie gimnastyki (24%) oraz inne formy aktywności fizycznej, w tym spacerowanie, wycieczki rowerowe itp. (27%). Co dziewiąty ankietowany (11%) jest przekonany, że na poprawę zdrowia może wpływać abstynencja alkoholowa. Badania wskazują, że w procesie kształtowania zdrowia ważną rolę odgrywa styl życia człowieka, a zwłaszcza nawykowy wzorzec postępowania wobec własnego ciała. Zachowania związane ze zdrowiem odnoszą się do nawyków, praktyk i działań lub atrybutów osobistych, które albo poprawiają, albo zagrażają ogólnemu funkcjonowaniu. Zachowania zdrowotne możemy podzielić na zachowania służące utrzymaniu lub przywróceniu zdrowia oraz zachowania antyzdrowotne powodujące bezpośrednie lub odległe szkody zdrowotne w sferze emocjonalnej, fizycznej i psychospołecznej. Badania wskazują, że uzależnienie od Internetu było powiązane z niezdrowym stylem życia, z niską jakością diety, niewielką aktywnością fizyczną, piciem alkoholu, czy nocnym korzystaniem z Internetu (Ceyhan, 2008; Lam i in., 2009; Tsai i in., 2009; Weinstein i Lejoyeux, 2010).

### **Badania własne**

Naukowym celem projektu było poszerzenie obecnego stanu wiedzy w zakresie psychologicznych czynników związanych ze specyficznym podtypem uzależnienia od Internetu, jakim jest uzależnienie od portali społecznościowych, a w szczególności uzależnienie od Instagrama. Na podstawie przeglądu literatury główny nacisk położony jest na poznanie

powiązań między przekonaniem o sobie, nasileniem uzależnienia od Instagrama, zachowaniami zdrowotnymi a obrazem ciała. Realizacja tego celu odbywała się dwuetapowo. W pierwszym etapie zostały przeprowadzone badania ankietowe w grupie adolescentów (16-18 lat) i młodych dorosłych (19-25 lat), a w drugim etapie zaplanowano badania za pomocą dzienniczka na grupie młodych dorosłych.

Projekt ma dwa założenia: teoretyczne i praktyczne. Po pierwsze, dostarcza wiedzy na temat poziomu uzależnienia od Instagrama wśród uczniów i studentów oraz jego związków z funkcjonowaniem psychologicznym i zdrowotnym. Po drugie, dostarcza informacji potrzebnych w profilaktyce oraz terapii. Efektem wymiernym jest weryfikacja modelu uzależnienia od Instagrama i jego relacji z zachowaniami zdrowotnymi i obrazem ciała.

## **Procedura**

Podstawowym warunkiem uczestnictwa w badaniu było bycie uczniem szkoły ponadpodstawowej czy uczelni wyższej na terenie danego miasta. Badania były oparte na zasadzie dobrowolnego udziału. Uczestnicy zostali zapewnieni o anonimowym charakterze prowadzonych badań oraz otrzymali jasne instrukcje wypełniania kwestionariuszy. Wypełnienie badań średnio trwało około 20 minut. Badania były realizowane przez wskazany w projekcie zespół w Lublinie, Katowicach, Warszawie i Szczecinie.

## **Osoby badane**

W pierwszym etapie w badaniu kwestionariuszowym wzięło udział 1600 osób ( $M = 19,23$  lat,  $SD = 2,39$ ). Byli to uczniowie szkół ponadpodstawowych i studenci szkół wyższych. Dziewczęta stanowiły 76% całej grupy badanej. Średnia ocen wynosiła 4,30 w grupie. Średnio osoby wysyłały 28 wiadomości tekstowych i wykonywały 3 rozmowy za pomocą telefonu komórkowego. Średni wzrost wynosił 169 cm, a waga 62 kg.

Podział na wiek w badanej grupie wyglądał następująco:

- a. 16 lat – 15,7%
- b. 17 lat 11,3%
- c. 18 lat 16,5%
- d. 19 lat 13,1%
- e. 20 lat 14,9%
- f. 21 lat 10,9%
- g. 22 lat 7,6%
- h. 23 lat 4,3%
- i. 24 lat 2,5%
- j. 25 lat 3,3%

W przypadku innych używek, podział procentowy w grupie wyglądał następująco:

Tabela 1. Korzystanie z innych używek w grupie badanej (N=1600)

Używki	1 = Nigdy	2 = Rzadko (kilka razy w roku)	3 = Czasami (raz w miesiącu)	4 = Często (raz w tygodniu)	5 = Bardzo często (prawie codziennie)
papierosy	57,8%	18,9%	9,4%	5,7%	8,3%
alkohol	30%	20,6%	34,7%	13,9%	0,8%
dopalacze	94,6%	3,0%	1,3%	1,0%	0,2%
narkotyki	85,7%	8,4%	3,5%	2,1%	0,3%

### Narzędzia badawcze:

Do pomiaru uzależnienia od Instagrama zebrane zostały następujące baterie testów:

Ankieta demograficzna. W ankiecie zawarto pytania: o wiek, płeć osoby badanej, wykształcenie rodziców oraz status ekonomiczny rodziny. Dodatkowo, pytano o wzrost i wagę, a także pytania o używanie substancji psychoaktywnych: palenie, picie alkoholu, narkotyki, itp.

### Do pomiaru przekonań o sobie:

Skala Uogólnionej Własnej Skuteczności (GSES) w polskiej adaptacji Juczyńskiego (1998), składa się z 10 stwierdzeń wchodzących w skład jednego czynnika. Mierzy siłę ogólnego przekonania jednostki o skuteczności radzenia sobie z trudnymi sytuacjami i przeszkodami.

Kwestionariusz Samooceny Rosenberga (polska adaptacja: Łaguna, Lachowicz-Tabaczek i Dzwonkowska, 2007). Skala ta pozwala mierzyć ogólny poziom samooceny globalnej. Kwestionariusz zbudowany jest z 10 stwierdzeń – wszystkie mają charakter diagnostyczny). Odpowiedz są udzielane na 4 stopniowej skali (1 – 4). Zakres możliwych wyników wynosi 10 do 40 punktów. Im wyższy wynik, tym wyższa samooceny.

### Do pomiaru uzależnienia od portali społecznościowych:

Kwestionariusz Uzależnienia od Instagrama (Elphinston i Noller, 2011) utworzony na podstawie komponentów uzależnień behawioralnych i skali patologicznego korzystania z telefonów komórkowych. W oryginale skala ta służy do badania uzależnienia od Facebooka. Na potrzeby badań słowo Facebook zostało zastąpione słowem Instagram. Podobna procedura była już wykorzystywana w innych badaniach, przynosząc rzetelne wyniki. Skala ta składa się



z 8 twierdzeń (np. Nie jestem w stanie ograniczyć korzystania z Instagrama), do których osoby badane mają za zadanie ustosunkować się na 7-stopniowej skali od 1-zupełnie się nie zgadzam do 7 całkowie się zgadzam. Kwestionariusz był wykorzystywany w wielu badaniach także na próbach polskich (np. Błachnio, Przepiórka, Pantic, 2015).

### **Do pomiaru zachowań zdrowotnych**

Inwentarz Zachowań Zdrowotnych autorstwa Juczyńskiego (2001). Zawiera 24 stwierdzenia opisujące różnego rodzaju zachowania związane ze zdrowiem. Pozwala na uzyskanie ogólnego wskaźnika nasilenia zachowań zdrowotnych, a także wyników odnoszących się do poszczególnych kategorii tych zachowań (nawyki żywieniowe, zachowania profilaktyczne, pozytywne nastawienia psychiczne, praktyki zdrowotne).

### **Do oceny obrazu ciała**

Skala Oceny Ciała (The Body Esteem Scale for Adolescents and Adults; BESAA), Mendelson i in. (2001) w tłumaczeniu Przepiórki i Błachnio (2019), przeznaczona jest do badania adolescentów i dorosłych. Składa się z 23 pytań dotyczących pozytywnych i negatywnych twierdzeń na temat ciała i wyglądu danej osoby. Odpowiedzi są podawane w 5-punktowej skali Likerta, od 0 (nigdy) do 4 (zawsze). Pozycje ujemne są odwracane, tak aby wysoki wynik zawsze odzwierciedlał pozytywną ocenę wartości ciała. Można wyróżnić 3 podskale: szacunek dla swojego wyglądu, zadowolenie z wagi oraz ocena wyglądu przez innych.

### **Analiza zależności**

W celu weryfikacji założeń badawczych przeprowadzono analizę korelacji. Wyniki zostały zawarte w tabeli 2. Okazało się, problematyczne korzystanie z Instagrama negatywnie koreluje z przekonaniami o sobie (samooceną i poczuciem samoskuteczności). Wystąpiła też negatywna korelacja z obrazem ciała w przypadku ogólnego zadowoleniu ze swojego wyglądu oraz satysfakcji ze swojej wagi, natomiast dodatnia zależność w przypadku oceny ciała przez innych. Problematyczne korzystanie z Instagrama korelowało negatywnie z zachowaniami prozdrowotnymi.

*Tabela 2. Zależności poszczególnych zmiennych z problematycznym korzystaniem z Instagrama (N=1600)*

Zmienne	Problematyczne korzystanie z Instagrama
Samoocena	-0,08***
Poczucie skuteczności	-,07**
Obraz ciała – zadowolenie z wyglądu	-0,07**

<b>Obraz ciała – ocena wyglądu przez innych</b>	0,20***
<b>Obraz ciała – zadowolenie z wagi</b>	-0,06*
<b>Zachowanie prozdrowotne</b>	0,07**

\*\*\*  $p < 0,000$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,10$

W dalszym etapie przeprowadzona została analiza regresji w celu określenia wkładu poszczególnych predyktorów w wyjaśnianie zmiennej zależnej, jaką jest ocena zadowolenia ze swojego wyglądu. W pierwszym kroku zostały wprowadzone przekonania o sobie (samoocena oraz poczucie samoskuteczności), w drugim kroku zachowania prozdrowotne, a w trzecim problematyczne korzystanie z Instagrama. Wyniki analiz zostały przedstawione w tabeli 3.

Tabela 3. Analiza regresji krokowej dla zmiennej zadowolenie z wyglądu

Zmienne	Krok 1	Krok 2	Krok 3
Predyktory	Beta	Beta	Beta
Samoocena	0,65***	0,62***	0,61***
Poczucie samoskuteczności	-,02	-0,04	-0,04
Zachowania prozdrowotne		0,13***	0,14***
Problematyczne korzystanie z Instagrama			-0,4
Poczucie samoskuteczności			
	$R^2=0,41$ $F(2,1599)=552,03***$	$R^2=0,42$ $F(3,1599)=391,24***$	$R^2=0,43$ $F(4,1599)=294,83***$

\*\*\*  $p < 0,000$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,10$

W wyniku przeprowadzonych analiz okazało się, że największą wartość predycyjną dla zmiennej zadowolenie ze swojego wyglądu posiada samoocena. Poza tym zachowania prozdrowotne również są dodatnim predyktorem zadowolenia ze swojego wyglądu.

W poszukiwaniu predyktorów dla zmiennej zadowolenie ze swojej wagi przeprowadzono w oparciu o opisaną powyżej procedurę analizę regresji krokowej. Wyniki analiz zostały zawarte w tabeli 4. Podobnie, jak w przypadku zadowolenia ze swojego wyglądu, największą wartość wyjaśniającą miała samoocena oraz zachowania prozdrowotne.

Tabela 4. Analiza regresji krokowej dla zmiennej zadowolenie ze swojej wagi (N=1600)

Zmienne	Krok 1	Krok 2	Krok 3
Predyktory	Beta	Beta	Beta
Samoocena	0,45***	0,42***	0,42***
Poczucie samoskuteczności	-,03	-0,05	-0,06
Zachowania prozdrowotne		0,15***	0,15***

Problematiczne korzystanie z Instagrama			-0,4
Poczucie samoskuteczności			
	R <sup>2</sup> =0,19 F(2,1599)=192,37***	R <sup>2</sup> =0,21 F(3,1599)=143,31***	R <sup>2</sup> =0,21 F(4,1599)=108,32***

\*\*\*  $p < 0,000$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,10$

W ostatnim etapie przeprowadzono również analizę regresji krokowej w celu określenia wartości predykcyjnej poszczególnych predyktorów dla oceny swojego wyglądu przez innych. Wyniki analiz zostały zawarte w tabeli 5.

Tabela 5. Analiza regresji krokowej dla zmiennej oceny wyglądu przez innych (N=1600)

Zmienne	Krok 1	Krok 2	Krok 3
Predyktory	Beta	Beta	Beta
Samocena	0,28***	0,22***	0,24***
Poczucie samoskuteczności	0,02	-0,01	-0,01
Zachowania prozdrowotne		0,23***	0,21***
Problematiczne korzystanie z Instagrama			0,21***
Poczucie samoskuteczności			
	R <sup>2</sup> =0,08 F(2,1599)=75,68***	R <sup>2</sup> =0,13 F(3,1599)=80,71***	R <sup>2</sup> =0,17 F(4,1599)=83,64***

\*\*\*  $p < 0,000$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,10$

W przypadku oceny wyglądu przez innych istotnymi predyktorami były samoocena, zachowania prozdrowotne oraz problematyczne korzystanie z Instagrama.

## Dyskusja wyników

Zgodnie z naszymi przypuszczeniami samoocena okazała się istotnym czynnikiem zarówno dla problematycznego korzystania z Instagrama, jak i dla obrazu siebie. Co do związku samooceny z problematycznym korzystaniem z Internetu czy innych portali społecznościowych, to nie ma jednoznacznych wyników badań, gdzie raz wskazuje się, że wysoka samoocena wiąże się z większym nasileniem problemów w korzystaniu z portali (Kraut i in., 2002), innym razem relacja jest odwrotna (Mehdizadeh, 2010). W prezentowanych badaniach potwierdziło się, choć korelacja była słaba, że osoby z niskim poziomem samooceny częściej korzystają z Instagrama w sposób problematyczny. Być może warto odnieść się do teorii społecznej kompensacji, czy inaczej biedy staje się bogaty (*poor-get-richer*), zgodnie z którą, osoby o pewnych niedostatkach społecznych, czy właśnie o niskiej samoocenie, poszukują na portalach potwierdzenia swojej wartości i próbują zrekomensować sobie mniej satysfakcjonujące relacje ze świata rzeczywistego (McKenna i in., 2020).

Ważną informacją uzyskaną z badań jest wskazanie samooceny jako głównego predyktora dla obrazu siebie, na który składają się ocena zadowolenia ze swojego wyglądu, ocena zadowolenia z wagi, czy ocena swojego wyglądu przez innych. Przy tym ostatnim czynnikiem rola samooceny była nieco mniejsza niż przy wyglądzie i wadze. Pokazuje to nieco inny układ zależności uzyskany w analizie regresji. Ocena poczucia wartości przekłada się na to, jak postrzegamy swoje ciało, jest to zgodne z innymi wynikami badań (Nishina i in., 2006). Niska samoocena przekłada się na postrzeganie swojego ciała jako mniej atrakcyjnego i prowadzi do społecznej izolacji (Haines i in., 2008). Inne badania wskazały, że ocena swojego ciała pełniła rolę mediatora pomiędzy samooceną a społecznym lękiem (Abdollahi i Talib, 2016).

Ciekawym wynikiem jest pokazanie, że problematyczne korzystanie z Instagrama jest istotnym predyktorem jedynie w przypadku oceny wyglądu przez innych. Wynik ten znajdowałby swoje logiczne uzasadnienie w funkcji Instagrama, jaką jest ocena zdjęć zamieszczonych przez innych użytkowników. Inne badania wskazują, że przekonania dotyczące swojego ciała były istotnymi predyktorami problematycznego korzystania z Internetu (Hetzl-Riggin i Pritchard, 2011). Badania przeprowadzone na grupie dziewczynek w wieku 10-12 lat pokazały, że im dłuższy czas spędzony online, tym większa internalizacja ideału szczupłości, obserwacji swojego ciała i mniejszego zadowolenia z wyglądu i stosowania częstszych diet (Tiggemann i Slater, 2014).

Kolejnym ważnym predyktorem dla oceny ciała są zachowania prozdrowotne. Okazuje się, że lepsze nawyki żywieniowe, troska o swoje zdrowie i ciało, tym większe zadowolenie z obrazu ciała. Podobnie, inne badania wskazały, że postrzeganie swojego ciała wiąże się z zachowaniami prozdrowotnymi (Duncan i in., 2002).

Okazało się, że przekonanie o własnej skuteczności nie pełni istotnej roli przy ocenie obrazu ciała. Być może jest ono bardziej związane z podejmowaniem zachowań zdrowotnych, jak pokazują inne wyniki badań (Sheeran i in., 2016).

Natomiast im niższy poziom samoskuteczności, tym większe nasilenie problematycznym korzystaniu z Instagrama. Ten kierunek zależności potwierdzają inne badania, gdzie wskazano na ujemną zależność pomiędzy samoskutecznością a zależnością od Internetu (Odaci i Celik, 2016).

## **II etap Badania za pomocą dzienniczka**

Osoby z grupy młodych dorosłych, które zgodziły się na udział w badaniach wypełniały dzienniczki w aplikacji mobilnej przez tydzień. Otrzymały one link do aplikacji do zainstalowania na telefonach komórkowych. Zgodnie z otrzymaną przez nich instrukcją przez

tydzień codziennie każdego wieczoru wypełniały dzienniczek z pytaniami dotyczącymi dziennego spożywania warzyw i owoców, przyjmowania substancji psychoaktywnych (palenie papierosów, picie alkoholu, narkotyki), wykonywanych danego dnia ćwiczeń fizycznych oraz czasu spędzonego na Instagramie. Odpowiedzi były udzielane za pomocą skali wskazującej częstotliwość oraz czas poświęcony na daną czynność. Przykładowo, ile czasu dzisiaj poświęciłeś na aktywność fizyczną? 1 = mniej niż 15 min.; 2 = 15-30 min.; 3 = 30-45 min.; 4 = 45-60 min.; 5 = powyżej 60 min.). Podobna procedura dotycząca badań zachowań prozdrowotnych była już wykorzystywana w badaniach (Ma i Lai, 2018). W badaniu wzięło udział 100 osób w wieku 19-25 lat.

## Wyniki

Statystyki opisowe zostały przedstawione za pomocą średnich i odchyłeń standardowych. W celu analizy współzależności między analizowanymi zmiennymi wykorzystano współczynnik korelacji  $r$  Pearsona.

Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano istnienie statystycznie istotnej dodatniej korelacji pomiędzy aktywnością fizyczną w ciągu tygodnia ( $r = 0,54$ ;  $p < 0,001$ ), odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu ( $r = 0,26$ ;  $p = 0,009$ ), odsetkiem dni regularnych posiłków ( $r = 0,24$ ;  $p = 0,016$ ), odsetkiem dni ze spożyciem owoców i warzyw ( $r = 0,43$ ;  $p < 0,001$ ), odsetkiem dni ze spożyciem napojów energetycznych ( $r = 0,22$ ;  $p = 0,031$ ), odsetkiem dni dodawania zdjęć do Instagrama w ciągu tygodnia ( $r = 0,23$ ;  $p = 0,024$ ), a średnim poziomem emocji pozytywnych w okresie tygodnia. Ponadto zanotowano istnienie statystycznie istotnych, ujemnych współzależności między odsetkiem dni zwlekania z posiłkami ( $r = -0,25$ ;  $p = 0,012$ ), odsetkiem dni z poczuciem przemęczenia w okresie tygodnia ( $r = -0,29$ ;  $p = 0,003$ ), a średnim poziomem emocji pozytywnych w okresie tygodnia. Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano istnienie statystycznie istotnej, dodatniej korelacji pomiędzy odsetkiem dni zwlekania z posiłkami ( $r = 0,29$ ;  $p = 0,004$ ), odsetkiem dni z poczuciem przemęczenia ( $r = 0,44$ ;  $p < 0,001$ ), odsetkiem dni ze spożyciem marihuany ( $r = 0,22$ ;  $p = 0,030$ ), odsetkiem dni dodawania zdjęć do Instagrama w okresie tygodnia ( $r = 0,22$ ;  $p = 0,031$ ), a średnim poziomem emocji negatywnych w okresie tygodnia. Ponadto zanotowano istnienie statystycznie istotnej negatywnej współzależności między odsetkiem dni regularnych posiłków w okresie tygodnia, a średnim poziomem emocji negatywnych w okresie tygodnia ( $r = -0,25$ ;  $p = 0,012$ ). Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano istnienie statystycznie istotnych, ujemnych korelacji między średnią ilość godzin snu w ciągu tygodnia ( $r = -0,22$ ;  $p = 0,025$ ), odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu ( $r = -0,47$ ;  $p < 0,001$ ), odsetkiem dni regularnych posiłków w okresie tygodnia ( $r = -0,27$ ;  $p = 0,006$ ), a odsetkiem dni z poczuciem przemęczenia w okresie tygodnia. Ponadto zanotowano statystycznie istotną, dodatnią współzależność między

odsetkiem dni zwlekania z posiłkami ( $r = 0,45$ ;  $p < 0,001$ ), odsetkiem dni oglądania Instagrama ( $r = 0,20$ ;  $p = 0,044$ ), odsetkiem dni dodawania zdjęć do Instagrama w okresie tygodnia ( $r = 0,21$ ;  $p = 0,038$ ), a odsetkiem dni z poczuciem przemęczenia w okresie tygodnia. Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano istnienie statystycznie istotnej dodatniej korelacji między odsetkiem dni z paleniem papierosów ( $r = 0,25$ ;  $p = 0,011$ ), odsetkiem dni ze spożyciem piwa ( $r = 0,25$ ;  $p = 0,012$ ), odsetkiem dni ze spożyciem marihuany w ciągu tygodnia ( $r = 0,33$ ;  $p < 0,001$ ), a odsetkiem dni ze spożycie produktów „fast food” w okresie tygodnia. Wykazano również istnienie statystycznie istotnej, ujemnej współzmienności między odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu ( $r = -0,39$ ;  $p < 0,001$ ), odsetek dni regularnych posiłków w okresie tygodnia ( $r = -0,43$ ;  $p < 0,001$ ), a odsetkiem dni zwlekania z posiłkami w okresie tygodnia. Zaobserwowano także istnienie statystycznie istotnej, dodatniej korelacji między odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu ( $r = 0,24$ ;  $p = 0,016$ ), odsetkiem dni regularnych posiłków ( $r = 0,31$ ;  $p = 0,002$ ), odsetkiem dni ze spożyciem kawy w okresie tygodnia ( $r = 0,23$ ;  $p = 0,023$ ), a odsetkiem dni ze spożyciem owoców i warzyw w okresie tygodnia. Na podstawie przeprowadzonych obliczeń wykazano istnienie statystycznie istotnej, dodatniej współzależności pomiędzy odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu w okresie tygodnia, a odsetkiem dni ze spożyciem marihuany w ciągu tygodnia ( $r = 0,23$ ;  $p = 0,022$ ), oraz statystycznie istotnej, ujemnej korelacji pomiędzy odsetkiem dni oglądania Instagrama w okresie tygodnia, a odsetkiem dni ze spożyciem marihuany w ciągu tygodnia ( $r = -0,29$ ;  $p = 0,004$ ). Zaobserwowano także statystycznie istotną dodatnią korelację między odsetkiem dni ze spożyciem napojów energetycznych ( $r = 0,27$ ;  $p = 0,006$ ), odsetkiem dni z paleniem papierosów w okresie tygodnia ( $r = 0,41$ ;  $p < 0,001$ ), a odsetkiem dni ze spożyciem marihuany w ciągu tygodnia. Zanotowano również statystycznie istotną, dodatnią korelację między aktywnością fizyczna w ciągu tygodnia, a odsetkiem dni ze spożyciem napojów energetycznych w ciągu tygodnia ( $r = 0,44$ ;  $p < 0,001$ ). Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano istnienie statystycznie istotnej, dodatniej współzmienności między odsetkiem dni oglądania Instagrama w okresie tygodnia, a odsetkiem dni dodawania zdjęć do Instagrama w okresie tygodnia ( $r = 0,24$ ;  $p = 0,017$ ). Zanotowano istnienie statystycznie istotnej, ujemnej korelacji pomiędzy odsetkiem dni oglądania Instagrama w okresie tygodnia, a odsetkiem dni ze spożyciem innych substancji psychoaktywnych w ciągu tygodnia ( $r = -0,24$ ;  $p = 0,019$ ), jak również między średnia ilość godzin snu w ciągu tygodnia, a aktywność fizyczna w ciągu tygodnia ( $r = -0,23$ ;  $p = 0,019$ ). Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano istnienie statystycznie istotnej, dodatniej współzmienności między odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu w okresie tygodnia, a średnią ilość godzin snu w ciągu tygodnia ( $r = 0,40$ ;  $p < 0,001$ ), jak również między odsetkiem dni regularnych posiłków w okresie tygodnia, a odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu w okresie tygodnia ( $r = 0,27$ ;  $p = 0,007$ ). Zaobserwowano także

statystycznie istotną, dodatnią korelację pomiędzy odsetkiem dni ze spożyciem innych napojów alkoholowych w okresie tygodnia, a odsetkiem dni z paleniem papierosów w okresie tygodnia ( $r = 0,23$ ;  $p = 0,023$ ). Zanotowano również statystycznie istotną, dodatnią korelację pomiędzy aktywnością fizyczną w ciągu tygodnia, a odsetkiem dni dodawania zdjęć do Instagrama w okresie tygodnia ( $r = 0,33$ ;  $p < 0,001$ ), oraz pomiędzy odsetkiem dni regularnych posiłków w okresie tygodnia, a odsetkiem dni ze spożyciem kawy w okresie tygodnia ( $r = 0,21$ ;  $p = 0,034$ ). Wykazano także statystycznie istotną, ujemną współzmienną między odsetkiem dni dodawania zdjęć do Instagrama w okresie tygodnia, a średnią ilość godzin snu w ciągu tygodnia ( $r = -0,33$ ;  $p < 0,001$ ), oraz pomiędzy odsetkiem dni ze spożyciem kawy w okresie tygodnia, a odsetkiem dni akceptowalnego czasu snu w okresie tygodnia ( $r = -0,22$ ;  $p = 0,026$ ). Szczegółowe wyniki przedstawiono w Tabeli 1.

Tabela 1. Statystyki opisowe oraz współczynniki korelacji między analizowanymi zmiennymi

Zmienne	M	SD	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]
[1] Aktywność fizyczna w ciągu tygodnia	1,07	0,95								
[2] Średnia ilość godzin snu w ciągu tygodnia	7,51	1,15	-0,23*							
[3] Odsetek dni akceptowalnego czasu snu w okresie tygodnia	0,64	0,29	-0,04	0,40***						
[4] Odsetek dni regularnych posiłków w okresie tygodnia	0,71	0,30	0,01	-0,03	0,27**					
[5] Odsetek dni zwlekania z posiłkami w okresie tygodnia	0,42	0,32	0,02	-0,09	-0,39***	-				
[6] Odsetek dni ze spożyciem owoców i warzyw w okresie tygodnia	0,75	0,26	0,19	-0,05	0,24*	0,43***	-0,08			
[7] Odsetek dni ze spożyciem produktów „fast food” w okresie tygodnia	0,23	0,22	0,01	-0,04	0,01	0,03	0,05	-0,13		
[8] Odsetek dni z poczuciem przemęczenia w okresie tygodnia	0,36	0,24	-0,08	-0,22*	-0,47***	-0,27**	0,45***	-0,01	-0,02	
[9] Odsetek dni ze spożyciem napojów energetycznych w ciągu tygodnia	0,04	0,09	0,44***	-0,12	-0,04	-0,08	-0,01	0,06	0,15	0,02
[10] Odsetek dni ze spożyciem kawy w okresie tygodnia	0,50	0,40	0,07	-0,16	-0,22*	0,21*	0,09	0,23*	0,14	-0,03
[11] Odsetek dni z paleniem papierosów w okresie tygodnia	0,18	0,34	-0,13	-0,02	0,10	-0,12	0,04	-0,14	0,25*	-0,13
[12] Odsetek dni ze spożyciem piwa w okresie tygodnia	0,09	0,17	-0,11	0,01	0,05	-0,12	-0,07	0,01	0,25*	-0,06
[13] Odsetek dni ze spożyciem innych napojów alkoholowych w okresie tygodnia	0,08	0,14	0,03	-0,01	-0,01	0,04	-0,15	0,01	-0,17	-0,11
[14] Odsetek dni ze spożyciem marihuany w ciągu tygodnia	0,01	0,07	0,10	0,10	0,23*	-0,01	-0,01	0,02	0,33***	-0,07
[15] Odsetek dni ze spożyciem innych substancji psychoaktywnych w ciągu tygodnia	0,02	0,14	0,05	-0,04	-0,03	0,01	0,03	0,10	-0,15	0,09
[16] Średni poziom emocji pozytywnych w okresie tygodnia	16,78	7,37	0,54***	-0,15	0,26**	0,24*	-0,25*	0,43***	-0,05	-0,29**



[17] Średni poziom emocji negatywnych w okresie tygodnia	10,38	6,89	0,05	-0,19	-0,20	-0,25*	0,29**	-0,16	0,12	0,44***
[18] Odsetek dni oglądania Instagrama w okresie tygodnia	0,68	0,38	0,07	-0,11	-0,15	0,10	0,10	-0,04	0,02	0,20*
[19] Odsetek dni dodawania zdjęć do Instagrama w okresie tygodnia	0,06	0,15	0,33***	- 0,33***	-0,12	-0,13	0,10	0,08	0,10	0,21*

\*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$

Tabela 1. Statystyki opisowe oraz współczynniki korelacji między analizowanymi zmiennymi (kontynuacja)

Zmienne	[9]	[10]	[11]	[12]	[13]	[14]	[15]	[16]	[17]	[18]
[1] Aktywność fizyczna w ciągu tygodnia										
[2] Średnia ilość godzin snu w ciągu tygodnia										
[3] Odsetek dni akceptowalnego czasu snu w okresie tygodnia										
[4] Odsetek dni regularnych posiłków w okresie tygodnia										
[5] Odsetek dni zwlekania z posiłkami w okresie tygodnia										
[6] Odsetek dni ze spożyciem owoców i warzyw w okresie tygodnia										
[7] Odsetek dni ze spożyciem produktów „fast food” w okresie tygodnia										
[8] Odsetek dni z poczuciem przemęczenia w okresie tygodnia										
[9] Odsetek dni ze spożyciem napojów energetycznych w ciągu tygodnia										
[10] Odsetek dni ze spożyciem kawy w okresie tygodnia	0,12									
[11] Odsetek dni z paleniem papierosów w okresie tygodnia	0,14	0,15								
[12] Odsetek dni ze spożyciem piwa w okresie tygodnia	0,15	0,09	0,12							
[13] Odsetek dni ze spożyciem innych napojów alkoholowych w okresie tygodnia	0,03	0,03	0,23*	0,06						

[14] Odsetek dni ze spożyciem marihuany w ciągu tygodnia	0,27**	0,01	0,41***	0,12	- 0,12					
[15] Odsetek dni ze spożyciem innych substancji psychoaktywnych w ciągu tygodnia	-0,07	0,18	-0,08	-0,01	- 0,09	-0,01				
[16] Średni poziom emocji pozytywnych w okresie tygodnia	0,22*	0,19	-0,07	0,07	0,12	0,08	0,05			
[17] Średni poziom emocji negatywnych w okresie tygodnia	0,10	-0,09	0,13	-0,04	- 0,08	0,22*	-0,06	-0,15		
[18] Odsetek dni oglądania Instagrama w okresie tygodnia	-0,10	-0,04	-0,08	-0,13	- 0,11	- 0,29**	- 0,24*	-0,06	0,01	
[19] Odsetek dni dodawania zdjęć do Instagrama w okresie tygodnia	0,19	-0,06	-0,05	-0,04	- 0,04	-0,01	0,01	0,23*	0,22*	0,24*

\*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$

## Wnioski i rekomendacje

Podsumowując dotychczasowe prace, projekt realizowany jest zgodnie z założeniami w projekcie. Zaprezentowane wyniki są pomocne w opracowaniu programów profilaktycznych, ukierunkowanych na przeciwdziałanie uzależnienia od portali społecznościowych. Wiedza na temat towarzyszących problemów ze zdrowiem psychicznym pomoże wyznaczyć przyszłe kierunki działań terapeutycznych.

Podsumowując, wyniki przeprowadzonych badań możemy wypunktować w formie najważniejszych rekomendacji:

1. Otrzymane wyniki wskazują jednoznacznie, że przekonania o sobie stanowią istotny czynnik wyjaśniający problematyczne korzystanie z Instagrama oraz z oceny swojego ciała.
2. Badania pokazują związki problematycznego korzystania z Instagrama z takimi właściwościami psychologicznymi, jak: samoocena, poczucie samoskuteczności, zachowania prozdrowotne oraz obraz ciała.
3. Co więcej, możliwe jest wskazanie czynników ryzyka, które czynią osobę bardziej podatną na problematyczne korzystanie z Instagrama
4. Na podstawie wyników badań można określić czynniki chroniące przed negatywnym obrazem ciała.
5. Wyniki mogą być przydatne przy tworzeniu programów profilaktycznych oraz w działaniach terapeutycznych.

## Literatura:

- Abdollahi, A., & Talib, M.A. (2016). Self-esteem, body-esteem, emotional intelligence, and social anxiety in a college sample: the moderating role of weight. *Psychology, Health & Medicine*, 21, 221 - 225.
- Ahadzadeh, A., Pahlevan S., & Ong, F. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8-16.
- Ata, R. N., Thompson, J. K., & Small, B. J. (2013). Effects of exposure to thin-ideal media images on body dissatisfaction: Testing the inclusion of a disclaimer versus warning label. *Body Image*, 10(4), 472–480. doi: 10.1016/j.bodyim.2013.04.004
- Ayas, T., & Horzum, M. B. (2013). Relation between depression, loneliness, self-esteem and internet addiction. *Education*, 133(3), 283-290.
- Bair, C.E., Kelly N.R., Serdar K.L., et al.(2012). Does the Internet function like magazines? An exploration of image-focused media, eating pathology, and body dissatisfaction. *Eating Behaviors*, 13, 398–401
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122-147. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>
- Beranuy Fargues, M., Sanchez Carbonell, X., Graner Jordania, C., Castellana Rosell, M., Chamorro Lusa, A., (2006). Uso y abuso del teléfono móvil en jóvenes y adolescentes. *Comunicación presentada en XXI Congreso Internacional de Comunicación*; Nov 9-10. Pamplona.
- Błachnio, A., Przepiorka, A. (2016). Personality and positive orientation in Internet and Facebook addiction. An empirical report from Poland. *Computers in Human Behavior*, 59 (2016) 230-236
- Błachnio, A., Przepiorka, A., & Czuczwar, S.(2017). Type D personality, stress coping strategies and self-efficacy as predictors of Facebook intrusion. *Psychiatry Research*, 253, 33-37.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Pantic, I., 2015. Internet use, Facebook intrusion, and depression: results of a cross-sectional study. *European Psychiatry*, 2–5. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eurpsy.2015.04.002> Bong, Cho, Ahn i Kim,
- Boyce, J. A., & Kuijer, R. G. (2014). Focusing on media body ideal images triggers food intake among restrained eaters: A test of restraint theory and the elaboration likelihood model. *Eating Behaviors*, 15(2), 262–270. doi: 10.1016/j.eatbeh.2014.03.003
- Brand, M., Laier, C., Young, K.S., 2014. Internet addiction: coping styles, expectancies, and treatment implications. *Front. Psychol.* 5.
- Brytek-Matera, A. (2010). *Ciało w dobie współczesności*. Warszawa: Difin.
- Bruns, G., Carter, M. (2015). Ethnic differences in the effects of media on body image: The effects of priming with ethnically different or similar models. *Eating Behaviors*, 17, 33-36.

- Cambier R., Derks, D., Vlerick, P. (2019). Detachment from Work: A Diary Study on Telepressure Smartphone Use and Empathy. *Psychologica Belgica*, 2019
- Çelik, Ç. B., Odacı, H. (2016). Internet Dependence in an Undergraduate Population: The Roles of Coping With Stress, Self-Efficacy Beliefs, and Sex Role Orientation, *Journal of Educational Computing Research*, 55, 3, 395-409, <https://doi.org/10.1177/0735633116668644>
- Cohen, R., Newton-John, T., Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body image* 23, 183-187
- Curran, J. (2003). Body image: a handbook of theory, research and clinical practice. Body image: a handbook of theory, research and clinical practice. Cash Thomas F Pruzinsky Thomas Guilford Press. *Mental Health Practice*, 7(2), 27–28. doi: 10.7748/mhp.7.2.27.s21
- Ceyhan, A. A. (2008). Predictors of Problematic Internet Use on Turkish University Students. *CyberPsychology & Behavior*, 11(3), 363–366. doi: 10.1089/cpb.2007.0112
- Curran, J. (2003). Body image: a handbook of theory, research and clinical practice. Body image: a handbook of theory, research and clinical practice. Cash Thomas F Pruzinsky Thomas Guilford Press. *Mental Health Practice*, 7(2), 27–28. doi: 10.7748/mhp.7.2.27.s21
- CBOS (2016). Raport Centrum Badania Opinii Społecznej z 2016r.
- Chiu, S.-I., (2014). The relationship between life stress and smartphone addiction on taiwanese university student: a mediation model of learning self-efficacy and social self-efficacy. *Computers in Human Behavior*, 34, 49–57. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.024>
- Cunningham, G., Bruening, J., Sartore, M., Sagas, M., Fink, J. (2005). The Application of Social Cognitive Career Theory to Sport and Leisure Career Choices. *Journal of Career Development*, 32, 2.
- Davis, R. (2009). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use, *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.
- Duncan, M. J., Woodfield, L. A., O’neill, S., & Al-Nakeeb, Y. (2002). Relationship between body image and percent body fat among British school children. *Perceptual and Motor Skills*, 94(1), 197–203.
- Dweck, C.S. (2000). *Self-theories: Their Role in Motivation, Personality, and Development*. Philadelphia: Taylor and Francis/Psychology Press.
- Elphinston, R.A., Noller, P., 2011. Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyber., Behav. Soc. Netw.* 14 (11), 631–635. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2010.0318>
- Jeong, E.J., Kim, D.H. (2011). Social activities, self-efficacy, game attitudes, and game addiction. *Cyber., Behav. Soc. Netw.* 14 (4), 213–221. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2009.0289>
- Juczynski, Z. (1998). Poczucie własnej skuteczności jako wyznacznik zachowań zdrowotnych. *Promocja Zdrowia. Nauki Społeczne i Medycyna*, 14, 54–63.
- Juczyński, Z. (2001). Inwentarz Zachowań Zdrowotnych. W: Juczyński Z, Narzędzia pomiaru w promocji i psychologii zdrowia. Warszawa: Wyd. Pracownia testów psychologicznych Polskiego Towarzystwa. 2001.s. 112 – 122

- Gemius (2018). Liczba użytkowników serwisów społecznościowych w Polsce. Raport z badań. Polacy o swoim zdrowiu oraz prozdrowotnych zachowaniach i aktywnościach. CBOS, Warszawa.
- Haines, J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., Berg, P., & Eisenberg, M. E. (2008). Longitudinal and secular trends in weight-related teasing during adolescence. *Obesity*, 16(S2), S18–S23
- Halliwell, E. (2013). The impact of thin idealized media images on body satisfaction: Does body appreciation protect women from negative effects? *Body Image*, 10(4), 509–514. doi: 10.1016/j.bodyim.2013.07.004
- Heszen I, Sęk H. (2012). Behavioralne uwarunkowania zdrowia i choroby. W: Psychologia zdrowia. Heszen I, Sęk H (red). PWN, Warszawa 2012, ss. 90-104.
- Herrera Harfuch, M. F., Pacheco Murguía, M. P., Lever, J. P., & Andrade, D. Z. (2010).. Facebook addiction related to low self-esteem, depression and lack of social skills. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?>
- Hetzel-Riggin, M. D., & Pritchard, J. R. (2011). Predicting problematic Internet use in men and women: the contributions of psychological distress, coping style, and body esteem. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 14(9), 519–525. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0314>
- Higgins, T(1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological Review*, 94, 3, 319-340.
- Kim, J., Chock, T. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior* 48, 10.1016/j.chb.2015.01.009
- Kraut R., Kiesler S., Boneva B., Cummings J., Helgeson V., Crawford A. (2002). Internet paradox revisited. *The Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74. 10.1111/1540-4560.00248
- Lam, L., Peng, Z., Mai, J., Jing, J. (2009). Factors associated with Internet addiction among adolescents. *CyberPsychological & Behavior*, 12 (5), pp. 551-555.
- Lawler, M., & Nixon, E. (2011). Body Dissatisfaction Among Adolescent Boys and Girls: The Effects of Body Mass, Peer Appearance Culture and Internalization of Appearance Ideals. *Journal of Youth and Adolescence*, 40(1), 59-71.
- Luthans, F., & Youssef, C. M & Avolio, B. (2007). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*, New York: Oxford University Press.
- Łaguna, M., Lachowicz-Tabaczek, K., i Dzwonkowska, I. (2007). Skala samooceny SES Morrisa Rosenberga – polska adaptacja metody. *Psychologia Społeczna*, 2(4), 164-176.
- Łaguna, M. (1996). Zmiany obrazu siebie pod wpływem oddziaływań o charakterze edukacyjnym. *Psychologia Wychowawcza*, 5, 402-407.
- Łaguna, M. (2010). *Przekonania na własny temat i aktywność celowa. Badania nad przedsiębiorczością*. Gdańsk: GWP.
- Ma, C., & Lai, C. (2018). Mental health profile and health-related behavior among Hong Kong Chinese university students. *Health Psychology Open*, 5(2), 2055102918786869.



Ministerstwo Zdrowia



Krajowe Biuro do Spraw  
Przeciwdziałania Narkomanii



KATOLICKI  
UNIWERSYTET  
LUBELSKI  
JANA PAWŁA II

KUL  
1918

- McKenna K. Y. A., Green A. S., Gleason M. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *The Journal of Social Issues*, 58(1), 9–31. 10.1111/1540-4560.00246
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357–364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199–206. doi: 10.1089/cyber.2013.0305
- Mendelson, B. K., Mendelson, M. J., & White, D. R. (2001). Body Esteem Scale for adolescents and adults. *Journal of Personality Assessment*, 76, 90-106.
- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*, 118(4), 683-698.
- Nishina, A., Ammon, N. Y., Bellmore, A. D., & Graham, S. (2006). Body dissatisfaction and physical development among ethnic minority adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 35(2), 179– 191.
- Pezoa-Jares, R. E., Espinoza-Luna, I. L., & Vasquez-Medina, J. A. (2012). Internet addiction: A review. *J Addict Res Ther*, 6, 004.
- Pilecki, M., Józefik, B., Sałapa, K. (2012). Kontekst kulturowy zaburzeń odżywiania się – badania własne. *Psychiatria Polska*, XLVI, 2, 189–200.
- Pilegge, A., & Holtz, R. (1997). The Effects of Social Identity on the Self-Set Goals and Task Performance of High and Low Self-Esteem Individuals. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 70(1), 17-26.
- Phua, J., Jin, S., Kim, J. (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115-122.
- Przepiórka, A., Błachnio, A. (2019). Skala Oceny Ciała – polska wersja. Niepublikowana metoda.
- Rezende, L., Rodrigues Lopes, M., Rey-López, J.P., Matsudo, V., Luiz, O. (2014). Sedentary behavior and health outcomes: an overview of systematic reviews. *PLoS One*. 21;9(8):e105620. doi: 10.1371/journal.pone.0105620. eCollection 2014.
- Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image* (Rev. ed.). Middletown, CT: Wesleyan University Press.
- Schwarzer, R. (1992). Self-efficacy in the adoption and maintenance of health behaviors: Theoretical approaches and a new model. In R. Schwarzer (Ed.), *Self-efficacy: Thought control of action* (pp. 217-243). Washington, DC, US: Hemisphere Publishing Corp.
- Schwarzer, R. (1997). Poczucie własnej skuteczności w podejmowaniu i kontynuacji zachowań zdrowotnych. Dotychczasowe podejścia teoretyczne i nowy model, [w:] I. Heszen - Niejodek, H. Sęk (red.), *Psychologia zdrowia*, PWN, Warszawa, 175–205.
- Schwarzer, R., Renner, B. (2000). Social-Cognitive Predictors of Health Behavior: Action Self-Efficacy and Coping Self-Efficacy. *Health Psychology* 19(5):487-95
- Seligman, M. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14





Ministerstwo Zdrowia



Krajowe Biuro do Spraw  
Przeciwdziałania Narkomanii



KATOLICKI  
UNIWERSYTET  
LUBELSKI  
JANA PAWŁA II

KUL  
1918

- Sheeran, P., Maki, A., Montanaro, E., Avishai-Yitshak, A., Bryan, A., Klein, W. M. P., Miles, E., & Rothman, A. J. (2016). The impact of changing attitudes, norms, and self-efficacy on health-related intentions and behavior: A meta-analysis. *Health Psychology, 35*(11), 1178–1188. <https://doi.org/10.1037/hea0000387>
- Smith, A. R., Hames, J. L., & Joiner, T. E., Jr. (2013). Status update: Maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. *Journal of Affective Disorders, 149*, 235–240. doi:10.1016/j.jad.2013.01.03
- Snyder, C. R., Rand, K. L., Sigmon, D. R. (2002). Hope theory: A member of the positive psychology family. W: C. R. Snyder, S. J. Lopez (red.), *Handbook of positive psychology* (s. 257–276). New York: Oxford University Press.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders, 46*(6), 630–633. doi: 10.1002/eat.22141
- Tiggemann, M. (2014). The Status of Media Effects on Body Image Research: Commentary on Articles in the Themed Issue on Body Image and Media, *Media Psychology, 17*:2, 127-133, DOI: 10.1080/15213269.2014.891822
- Tsai, H. F., Cheng, S. H., Yeh, T. L., Shih, C.-C., Chen, K. C., Yang, Y. C., & Yang, Y. K. (2009). The risk factors of Internet addiction—A survey of university freshmen. *Psychiatry Research, 167*(3), 294–299. doi: 10.1016/j.psychres.2008.01.015
- Webb, H., Zimmer-Gembeck, M., & Donovan, C. (2014). The appearance culture between friends and adolescent appearance-based rejection sensitivity. *Journal of Adolescence, 37*(4), 347-358.
- Weinstein, A., & Lejoyeux, M. (2010). Internet Addiction or Excessive Internet Use. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse, 36*(5), 277–283. doi: 10.3109/00952990.2010.491880
- Yang, S. Y., Fu, S. H., Chen, K. L., Hsieh, P., & Lin, P. (2019). Relationships between depression, health-related behaviors, and internet addiction in female junior college students. *PloS One, 14*(8), E0220784.
- Vartanian, L. R., & Dey, S. (2013). Self-concept clarity, thin-ideal internalization, and appearance-related social comparison as predictors of body dissatisfaction. *Body Image, 10*(4), 495–500. doi: 10.1016/j.bodyim.2013.05.004
- Zakrzewska, M. (2004). Konfirmacyjna analiza czynnikowa w ujęciu pakietu statystycznego LISREL 8.51 (2001) Karla G. Joreskoga i Daga Sorboma. W: Brzeziński, J. (red.), *Metodologia badań psychologicznych. Wybór tekstów* (s. 479–505). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.