

Jawna i ukryta konfrontacja z upiększoną wersją własnej twarzy a ocena własnego wyglądu i nastroj

Dagmara Gawron

II Wydział Psychologii, SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Wrocław

Artykuł dotyczy konsekwencji wynikających z jawnej oraz ukrytej konfrontacji osoby z upiększowaną wersją jej twarzy. Ochotnicy uczestniczący w dwóch eksperymentach oglądali zdjęcia własnej twarzy po upiększającym retuszu wykonanym w Photoshopie. W badaniu 1 ($N = 108$) wykazano, iż jego uczestnicy po jawnej konfrontacji z upiększowaną wersją własnej twarzy mniej korzystnie oceniali swój rzeczywisty wygląd niż przed tym doświadczeniem. Ponadto badanie to pokazało, że o ile kobiety w obliczu jawnej autokonfrontacji miały gorszy nastrój w porównaniu do warunków neutralnych, o tyle u mężczyzn wystąpił efekt odwrotny. Celem badania 2 ($N = 110$) było znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy wywołane w badaniu 1 efekty są związane z świadomością wprowadzonych zmian, czy z rzeczywistą różnicą w wyglądzie. Okazało się, że o ile obniżenie oceny własnego wyglądu w obliczu konfrontacji z upiększowaną wersją własnej twarzy jest wynikiem istnienia rzeczywistej różnicy w wyglądzie, o tyle pogorszenie nastroju wynika ze świadomości podmiotowej tej różnicy.

Słowa kluczowe: *modyfikacja wyglądu, ocena własnego wyglądu, nastrój*

Artykuł przedstawia wyniki dwóch eksperymentów, których celem była analiza konsekwencji wynikających z jawnej i ukrytej konfrontacji z upiększowaną wersją własnej twarzy. Konsekwencje te dotyczą nastoju oraz oceny własnego wyglądu. Ocena własnej atrakcyjności, jako składnik samooceny ogólnej, jest jednym z podstawowych elementów składających się na poczucie tożsamości jednostki i jej przystosowanie do rzeczywistości społecznej (Levine, Murnen, 2009). Na drodze samoobserwacji oraz porównań z innymi osobami dokonujemy, jak się okazuje, bardzo krytycznej i szczegółowej analizy własnego wizerunku. Warto przy tym zaznaczyć, iż występują swoiste różnice międzypłciowe w tym zakresie. Okazuje się bowiem, że wygląd fizyczny sytuuje się znacznie wyżej w hierarchii wartości u kobiet niż u mężczyzn (Johnston, Hunt, Burden, Stevenson, Hepper, 2010). Klasyczne już międzykulturowe badania Davida Bussa (1989) wykazały, że dla mężczyzn atrakcyjność fizyczna stanowi najbardziej pożądaną cechę

potencjalnej partnerki. Kobiety z kolei nie przypisują tej właściwości osobniczej aż takiego znaczenia. Silne preferencje mężczyzn przyczyniły się jednakże do nadmiernej koncentracji kobiet na własnym wyglądzie, co w konsekwencji pociągnęło za sobą większe – niż w przypadku mężczyzn – niezadowolenie ze swej powierzchowności (Głębocka, 2009). Rozmiary narastającego braku satysfakcji z własnego wyglądu oraz różnice międzypłciowe w tym zakresie przedstawił David Garner (1997) w badaniach longitudinalnych. Według otrzymanych przez niego danych w 1972 roku niezadowolenie ze swej urody deklarowało 25% kobiet i 15% mężczyzn, natomiast po 25 latach okazało się, że u kobiet wartość ta wzrosła do 56%, zaś u mężczyzn do 43%. Inne badania dowodzą (Polivy, Herman, 2002), że współcześnie niezadowolonych ze swego wyglądu jest aż 80% populacji kobiet i zaledwie 22% populacji mężczyzn (Knauss, Paxton, Alsaker, 2008). Dalsze dociekania związane z tym zagadnieniem ujawniły, iż źródłem niezadowolenia z własnej powierzchowności u kobiet są przede wszystkim te części ich ciała, które najbardziej narażone bywają na odkładanie się tkanki tłuszczowej, tj. brzuch, pośladki, biodra (Frederic, Bohmstedt, Hatfield

i Berscheid, 2014; Głębocka, 2009). Mężczyźni natomiast najczęściej deklarowali swoje niezadowolenie z brzucha i masy ciała.

Na podstawie zaprezentowanych wyżej danych można pokusić się o stwierdzenie, że niezadowolenie z własnego wyglądu staje się swego rodzaju normą społeczną, niezależną od płci (Mirucka, Sakson-Obada, 2013). Co ciekawe, te same badania dowodzą, że aż 61% kobiet i mężczyźni są zadowolonych z wyglądu ich twarzy, a 75% mężczyzn i 60% kobiet jest zadowolonych z wyglądu swoich dłoni (Frederic i in., 2014). Łatwo tym samym zauważyć, iż przytoczone dane dotyczą części ciała, które w naszej kulturze są niemalże nieustannie widoczne w kontaktach międzyludzkich. Wiąże się to – być może – z efektem czystej ekspozycji, który wyjaśnia zmianę postawy wobec danego bodźca na bardziej pozytywną, w związku ze wzmożoną częstotliwością oglądania tego bodźca (Zajonc, 1968). Własną twarz, przykładowo, bardzo często obserwujemy w lustrze, co w efekcie powoduje, iż wydaje się nam ona atrakcyjniejsza i sympatyczniejsza. Podkreślić jednak w tym miejscu należy, że taki efekt zachodzi jedynie u osób, które wstępnie akceptują swój wygląd (Mulken, Jansen, 2009). Ponadto, zarówno u kobiet, jak i u mężczyzn, istnieje wyraźna dodatnia korelacja między oceną atrakcyjności twarzy a oceną ciała jako całości (Little, Mannion, 2006; Fink, Täschner, Neave, Hugill, Dane, 2010). Wynika stąd, że nie tyle efekt ekspozycji przyczynia się do znacznej rozbieżności między oceną atrakcyjności twarzy i ciała, ile to wygląd twarzy wpływa na ogólny poziom atrakcyjności fizycznej danej osoby w większym stopniu niż wygląd jej ciała (Confer, Perilloux, Buss, 2010).

Badania zgodne też wykazują, iż spośród poszczególnych części twarzy, u obu płci, na atrakcyjność wizerunku człowieka najsilniej wpływa wygląd jego oczu, a w dalszej kolejności nosa oraz ust (Etcoff, 2002). Szczególnie preferowane przez mężczyzn cechy, zwiększające w ich ocenie atrakcyjność kobiety, to duże oczy, mały nos, mały podbródek, wydatne usta (Buss, 2001), stanowiące o podobieństwie damskiej twarzy do twarzy dziecka (Etcoff, 2002). Na atrakcyjność twarzy kobiety wpływają również jej typowo żeńskie (już nie dziecięce) atrybuty, tj. wąski nos i wysoko położone brwi (Wong, Karimi, Devic, McLaren, Chen, 2008). Wymienione aspekty jednoznacznie wykazują, że mężczyźni preferują w wyglądzie kobiet cechy świadczące o ich młodości.

W preferencjach kobiet istnieje z kolei ogromne zróżnicowanie w kwestii wskazania najbardziej atrakcyjnych atrybutów męskiej twarzy (Scott, Penton-Voak, 2011). Można jedynie stwierdzić, że największym powodzeniem cieszą się wizerunki o średnim stopniu typowo męskich cech (umiarkowany poziom maskulinizacji). Ponadto

kobiety preferują w fizjonomii mężczyzn duże oczy i silnie zarysowaną brodę (Cunningham, Barbee, Pike, 1990).

Dość ciekawym czynnikiem warunkującym atrakcyjność twarzy okazała się również jej typowość (Edler, Abd Rahim, Wertheim, Greenhill, 2010). Tezę, iż najpiękniejsze twarze są przeciętne, potwierdziły w swoich badaniach Judith Langlois i Lori Roggman (1990). Badaczki komputerowo nakładały na siebie kolejne zdjęcia twarzy, w taki sposób, aby uzyskać jeden, uśredniony wizerunek. Najbardziej atrakcyjne wydały się te twarze, które zostały złożone z większej ilości zdjęć rzeczywistych tej samej płci. Granicą we wzroście ich atrakcyjności okazało się 16 spojonych zdjęć. Zakłada się zatem, że niezależnie od płci i rasy, ludziom bardziej atrakcyjne wydają się twarze przeciętne (Potter, Corneille, 2008). Ponadto wykazano również, iż zbliżenie rysów twarzy do typowego wyglądu na drodze operacji plastycznych dodatkowo koreluje ze wzrostem jej atrakcyjności (Edler, Agarwal, Wertheim, Greenhill, 2006).

Wyniki powyższych badań skłaniają do ponownego nawiązania do efektu czystej ekspozycji (Zajonc, 1968), ponieważ po wielokrotnym obejrzeniu danej twarzy często zaczynamy postrzegać ją jako bardziej atrakcyjną (Rhodes, Halbarstadt, Jeffery, Palermo, 2005). Zatem skłonność do preferowania typowości może działać dwutorowo – z jednej strony podobają się nam te twarze, które pojawiają się w naszym środowisku najczęściej, ale z drugiej strony, żeby twarz mogła zostać przez nas uznana za atrakcyjną, musimy ją poznać.

Odchodząc od zewnętrznych cech wyglądu osoby, należy zwrócić jeszcze uwagę na psychologiczne mechanizmy oddziałujące na dostrzeganie atrakcyjności zarówno własnej, jak i innych. Pierwszym czynnikiem warunkującym ocenę jej poziomu okazują się porównania społeczne, które ostatecznie wpływają na samoocenę ogólną jednostki (Głębocka, 2009). W zakresie wyglądu fizycznego porównania te mogą przynosić rozmaite konsekwencje dla osoby, w zależności od obiektu, z którym będzie się ona konfrontować (Wheeler, Miyake, 1992). Najczęściej ludzie porównują się z przyjaciółmi, kolegami lub znajomymi. Jednak najbardziej przykre w skutkach okazują się porównania z medialnymi wzorcami lansowanymi w środkach przekazu. Mass media określają i narzucają szczegółowe wzorce urody, które w efekcie stają się pożądane przez wszystkich odbiorców przekazu (Mirucka, Sakson-Obada, 2013). Medialny wizerunek atrakcyjnego kobiecego ciała w tym kontekście koncentruje się wokół oznak młodości, szczupłej sylwetki, doskonałości kształtów i proporcji (Grogan, 2008). O atrakcyjności mężczyzny decyduje z kolei jego muskulatura — mężczyźni dążą zatem do rzeźbienia swojej figury na drodze intensywnych ćwiczeń fizycznych (Aglia, Tantleff-Dunn, 2004). Zaznaczyć tym

samym należy, że mimo oczywistego wpływu mediów na obniżenie oceny własnej atrakcyjności u obu płci, efekt ten jest rzadziej obserwowany u mężczyzn (Ricciardelli, McCabe, Banfield, 2000). Wiąże się to zapewne z tym, że mężczyźni, mimo porównań z medialnymi ideałami urody, nie ulegają ich wpływom równie łatwo i mocno jak kobiety, co prawdopodobnie wynika z ich ogólnie wyższej samooceny (Głębocka, 2009).

Spoleczne porównania z ideałami piękna, niezależnie od płci, prowadzą zatem nie tylko do nasilonego niezadowolenia z własnego wyglądu (Myers, Crowther, 2009), ale mogą powodować wyraźne pogorszenie samooceny oraz obniżenie nastroju (Major, Testa, Bylsma, 1991). Wybór medialnego ideału jako układu odniesienia dla jednostki może tym samym aktywować pragnienie zmiany nastawionej na poprawę wyglądu (Głębocka, 2009). Doświadczenie rozczarowania i niezadowolenie najczęściej prowadzą do rozmaitych prób modyfikacji własnego wyglądu w kierunku zgodności z powszechnie promowanymi standardami piękna (Głębocka, Kulbat, 2005). Na tej drodze można wyróżnić różnorodne sposoby korekty urody, począwszy od kontrolowania wagi (tj. dieta, chemiczne środki odchudzające, ćwiczenia fizyczne), poprzez zabiegi kosmetyczne i makijaż, kończąc na inwazyjnych zabiegach medycyny estetycznej i operacjach plastycznych.

Powszechnie wiadomo, że mimo dostępności i częstej stosowalności wielu metod ukierunkowanych na odchudzanie, zazwyczaj nie są to strategie efektywne (Głębocka, 2009). Okazuje się bowiem, że jedynie 5% populacji skutecznie redukuje masę ciała poprzez ograniczenie ilości spożywanych pokarmów (Grogan, 2008). Dane te potwierdza narastająca na przestrzeni lat liczba osób otyłych. Według Państwowej Inspekcji Sanitarnej (2009), która ujawniła raport GUS o stanie zdrowia ludności Polski w 2009 roku, problem nadmiernej masy ciała u dorosłych Polaków dotyczy 61% mężczyzn i 45% kobiet.

Okazuje się ponadto, że ludzie dokonują nie tylko rzeczywistych porównań społecznych, ale także porównań wyobrażeniowych. Badania Gabriele Oettingen (1996) nad odchudzaniem wyraźnie dowodzą, że stworzenie wyłącznie negatywnej wizji przyszłego wyglądu skutecznie uruchamia motywację do odchudzania. Pozytywne wyobrażenia na swój temat, mimo że wskazują na rozbieżność między aktualnym a pożądanym wyglądem, nie aktywują działań ukierunkowanych na osiągnięcie celu. Można zatem sądzić, że o ile wyobrażenia niepożądanego wyglądu pociągają za sobą również wizje negatywnych konsekwencji, o tyle pozytywne fantazje wiążą się wyłącznie z przyjemnością, która zostaje zrealizowana już na poziomie samych wyobrażeń. Tym samym wizja dezaprobaty ze strony innych oraz przeżywania negatywnych emocji motywuje do odchudzania.

Poddawanie się różnym zabiegom uatrakcyjniającym jest zdecydowanie częstsze wśród kobiet. Amerykańskie Towarzystwo Chirurgii Estetycznej (*American Society for Aesthetic Plastic Surgery* – ASAPS, 2012) podaje, że mężczyźni stanowią jedynie 10% osób, które poddały się procedurom upiększającym w 2012 roku. Jak wynika z raportu, najczęściej przeprowadzanymi zabiegami w tym czasie okazały się: iniekcja toksyny botulinowej (*botox*) oraz powiększanie piersi. Należy tym samym podkreślić, że korzystanie z rozmaitych procedur upiększających jest motywowane chęcią udoskonalenia wyglądu, a nie koniecznością czy rzeczywistą deformacją części ciała (Brytek-Matera, 2008). Co więcej, ludzie decydują się na pierwsze zabiegi już przy pierwszych oznakach starzenia (Etcoff, 2002). Najczęściej też operacjom kosmetycznym poddają się niezadowolone ze swojego wyglądu kobiety zamężne z dziećmi, w wieku od 20 do 30 lat, o masie ciała poniżej średniej (Crerand, Infield, Sarwer, 2007).

Potencjalnym mechanizmem pobudzającym proces wzmożonej weryfikacji własnego wyglądu może być, wywołana sytuacyjnie, koncentracja uwagi na własnej osobie. Stawianie siebie w roli przedmiotu obserwacji Robert Wicklund (1975) określa jako samoświadomość przedmiotową. Zgodnie z teorią przedmiotowej samoświadomości (Duval, Wicklund, 1972) jednostka skupia uwagę na tym aspekcie siebie, który jest w aktualnej sytuacji najbardziej znaczący. Taka koncentracja ulega nasileniu pod wpływem widzenia swojego odbicia w lustrze, oglądania siebie na filmie lub zdjęciu czy też słuchania swojego nagranych głosu. Aktywuje ją również obecność innych osób, kiedy jednostka może spodziewać się ocen z ich strony. Jedną z konsekwencji nasilonej koncentracji na sobie bywa uświadomienie sobie rozbieżności między Ja realnym a Ja idealnym. Rozbieżność ta jest źródłem przykrości, a tym samym łączy się ściśle z procesem samooceny i poziomem samoświadomości. Im bardziej standardy danej osoby odbiegają od jej oceny stanu idealnego, a więc im większa rozbieżność między Ja realnym a idealnym, tym bardziej prawdopodobne, iż pojawią się negatywne odczucia emocjonalne, tj. napięcie, frustracja, obniżona samoocena. Taki stan psychiczny najczęściej motywuje do działań ukierunkowanych na redukcję niezadowolenia. Negatywne emocje bywają jednak tłumione na dwa sposoby. Po pierwsze, jednostka może odwrócić uwagę od siebie, a więc unikać koncentracji na tym aspekcie siebie, który wywołuje niekomfortowy stan emocjonalny lub podjąć próbę zmiany standardów na mniej wymagające. Po drugie, może podjąć działania mające na celu zbliżenie się do standardów idealnych. Trudności, jakie wiążą się z próbami reinterpretacji standardów lub odwróceniem uwagi od siebie, prowadzą do wyboru reakcji drugiego typu. Bardziej

prawdopodobne staje się tym samym to, że skupienie uwagi na własnym wyglądzie zmobilizuje jednostkę do działań mających na celu wprowadzenie korzystnych zmian w jej powierzchowności oraz przyczyniających się do redukcji rozbieżności w systemie Ja.

Celem badań eksperymentalnych, które zostaną zaprezentowane w dalszej części artykułu, jest weryfikacja przewidywania: konfrontacja z upiękkszowaną wersją własnej twarzy obniży ocenę własnego wyglądu i pogorszy nastrój, a afekt ten będzie silniejszy w sytuacji konfrontacji jawnej niż ukrytej. Ponadto oczekiwano, że konsekwencje wynikające z autokonfrontacji z upiękkszowaną wersją własnej twarzy będą bardziej dotkliwe dla kobiet niż dla mężczyzn.

BADANIE 1

W pierwszym badaniu sprawdzono, czy oglądanie różnych upiękkszowanych wersji zdjęcia własnej twarzy wpływa na ogólną ocenę własnego wizerunku oraz nastroj. Zgodnie z teorią samoświadomości podmiotowej, konfrontacja z samym sobą aktywizuje Ja idealne, co w konsekwencji prowadzi do doświadczenia przykrości i ściśle wiąże się z poziomem samooceny (Wicklund, 1975). Taka autokonfrontacja uświadamia bowiem rozbieżność między Ja realnym i Ja idealnym. Intensywność odczuwanej przykrości osoby jest tym większa, im większa rozbieżność między tymi stanami Ja. Po drugie, biorąc pod uwagę, że spostrzeżenia dotyczące własnego wyglądu stanowią ważną część koncepcji Ja (Brytek-Matera, 2008), można przypuszczać, że doświadczenie konfrontacji z własną twarzą przyczyni się do odczuwania negatywnych emocji i mniej korzystnej oceny własnego wyglądu.

Metoda

Badanie przeprowadzono w schemacie: ANOVA 2 (faza badania) \times 2 (warunki eksperymentalne) \times 2 (płeć). Czynnikiem kontrolowanym wewnątrz osób była faza badania (faza 1 – pomiar przed manipulacją eksperymentalną vs. faza 2 – pomiar po manipulacji eksperymentalnej). Czynnikiem między osobami były warunki eksperymentalne (grupa eksperymentalna: oglądanie różnych wersji zdjęcia własnej twarzy vs. grupa kontrolna: oglądanie różnych wersji zdjęcia wybranego pejzażu) oraz płeć (kobiety vs. mężczyźni). Zmienne zależne tworzyły: ogólna ocena własnego wyglądu, mierzona skalą BES (*Body Esteem Scale*) i *nastrój*, mierzony skalą SUPIN (*Skala uczuć pozytywnych i negatywnych*).

Osoby badane. W badaniu uczestniczyło 108 osób (56 kobiet i 52 mężczyzn) w wieku od 28 do 49 lat ($M = 35,32$; $SD = 5,34$). Byli to losowo dobrani ochotnicy pracujący w różnych zakładach pracy we Wrocławiu

i pobliskich miastach. Respondenci wypełniali dwukrotnie formularze indywidualne. Badanie trwało średnio 15 minut. Osobami biorącymi w nim udział nie byli studenci.

Procedura badania. W pierwszej części eksperymentu zapraszano respondentów pracujących w pobliskich zakładach usługowo-handlowych (geodezja, kancelaria notarialna, Provident, kredyty, banki, sklepy spożywcze itd.) do pomieszczenia, gdzie eksperymentator indywidualnie prosił uczestników o wypełnienie elektronicznej wersji testów z pierwszego etapu badania oraz losowo wykonywał fotografie twarzy aparatem cyfrowym (Canon EOS 600D) przy użyciu klasycznego portretowego obiektywu (18–135 mm IS). Twarze badanych fotografowano w pozie stojącej przy odpowiednim naświetleniu (miejsce w pomieszczeniu zostało wybrane przez eksperymentatora). Ubiór, fryzury, makijaże oraz biżuteria były naturalne dla badanych i nie zostały wcześniej specjalnie przygotowane, ponieważ badani nie wiedzieli, że będą brać udział w doświadczeniu o takim charakterze. Następnie eksperymentator notował adresy e-mail badanych, aby móc dokonać pomiaru zmiennych zależnych w drugiej fazie eksperymentu. Retusz uzyskanych zdjęć został wykonany przez grafika komputerowego w programie *Adobe Photoshop CS6* i trwał około trzech tygodni. We wszystkich zdjęciach ujednolicono tło do koloru białego. Zabieg ten był konieczny, ponieważ zdjęcia zostały wykonane w różnych pomieszczeniach.

W drugiej fazie badania połowa uczestników, należąca do grupy eksperymentalnej, oglądała dziewięć zdjęć własnej twarzy: zdjęcie oryginalne oraz 8 zdjęć w różnym stopniu poddanych upiękkszającemu retuszowi. Osoby badane otrzymały następujący komunikat:

Poniżej znajduje się 9 wersji zdjęcia Twojej twarzy, wybierz to, na którym według Ciebie wyglądasz najlepiej. Seria zdjęć została wcześniej poddana modyfikacjom w *Photoshopie*, w taki sposób, aby Cię upiększyć. Im wyższy numer zdjęcia, tym zdjęcie bardziej zmodyfikowane. Zdjęcie 1 jest zdjęciem autentycznym.

Badani z grupy kontrolnej wskazywali z kolei spośród dziewięciu zdjęć pejzażu to, które najbardziej im się podoba. Materiał do analizy stanowiły: oryginalna fotografia wodospadu Niagara oraz osiem jej modyfikacji (na przykład perspektywa nocą).

Dokonano dwukrotnego pomiaru oceny własnego wyglądu i nastroju w obu grupach badanych (eksperymentalnej oraz kontrolnej). Pomiaru zostały przeprowadzone przed i po manipulacji eksperymentalnej. Skala BES Franzi i Shields (1984), w polskiej adaptacji Marleny Kossakowskiej (1999) posłużyła do oceny różnych części ciała (na przykład

ust) lub różnych jego funkcji (na przykład aktywności seksualnej). Wskaźnik ogólnej oceny wyglądu określono na podstawie średniej oceny własnego ciała i jego funkcji. Badani zaznaczali odpowiedzi na pięciostopniowej skali (od 1 – *oceniam zdecydowanie negatywnie* do 5 – *oceniam zdecydowanie pozytywnie*). Im wyższy wynik w skali BES, tym korzystniejsza ocena własnego wyglądu.

Kolejne narzędzie eksperymentalne to SUPIN (*The Positive and Negative Affect Schedule* – PANAS – Watson, Clark, 1988) w polskiej adaptacji Piotra Brzozowskiego (2010). W badaniu wykorzystano skróconą wersję *Kwestionariusza*, składającą się z 20 przymiotników (10 pozytywnych i 10 negatywnych), co pozwoliło na określenie nastroju uczestnika w dwóch wymiarach: uczuć pozytywnych i negatywnych. Badani odpowiadali na pytanie: „jak się czujesz teraz, to znaczy w tej chwili?”, oceniając każdy z przymiotników na pięciostopniowej skali od *nieznacznie* lub *wcale* do *bardzo silnie*. Im wyższe wskaźniki, tym większa intensywność emocji pozytywnych bądź negatywnych. Ponadto stworzono zmienną „bilans emocjonalny” w taki sposób, że uczuciom pozytywnym przypisano wartość

dodatnią, a negatywnym ujemną. Im wyższa dodatnia wartość, tym bardziej pozytywny bilans emocjonalny.

Wszystkie osoby badane, w obu fazach eksperymentu, wypełniały kwestionariusze w tej samej kolejności. Jako pierwszą badani wypełniali skalę SUPIN, następnie BES.

Dodatkowo posłużono się *Kwestionariuszem aprobaty społecznej* (KAS) w opracowaniu Radosława Drwala i Jolanty Wilczyńskiej (1980), jako narzędziem do kontroli fałszownia wyników, z zamiarem przedstawienia siebie w korzystnym świetle. Badani wypełniali KAS jednorazowo, przed wprowadzeniem manipulacji eksperymentalnej (faza 1). Kwestionariusz ten składa się z 29 stwierdzeń, do których należało ustosunkować się, decydując, czy zawarta wypowiedź jest to zdanie prawdziwe (P) czy fałszywe (F). Im wyższy wynik, tym silniejsza potrzeba aprobaty społecznej.

Wyniki

Kobiety najczęściej wybierały zdjęcie 8, mężczyźni natomiast zdjęcia 1 lub 2. Tabela 1 przedstawia, w zależności od płci, częstość wybieranych przez badanych z grupy

Tabela 1

Rodzaje zdjęć, jakie wybierały osoby badane w obliczu jawnej konfrontacji z upiękkszowaną wersją własnej twarzy w zależności od płci (N = 53)

Rodzaje modyfikacji zdjęć	Kobiety		Mężczyźni	
	N	%	N	%
Zdjęcie 1 – zdjęcie rzeczywiste (brak modyfikacji)	3	10,7	6	24
Zdjęcie 2 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami	1	3,6	6	24
Zdjęcie 3 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy	1	3,6	2	8
Zdjęcie 4 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu	4	14,3	4	16
Zdjęcie 5 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi	4	14,3	0	0
Zdjęcie 6 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa	1	3,6	1	4
Zdjęcie 7 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych	2	7,1	1	4
Zdjęcie 8 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych, korekta podbródka oraz wygładzenie zmarszczek szyi	9	32,1	3	12
Zdjęcie 9 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych, korekta podbródka oraz wygładzenie zmarszczek szyi, modelowanie ust	3	10,7	2	8

Źródło: tabele 1–4 badania własne.

eksperymentalnej zdjęć oraz modyfikacje, jakim zostały one poddane. Im wyższy numer tym bardziej zmodyfikowane zdjęcie.

Rzetelność skali BES była wysoka — α Cronbacha wynosiła 0,97. Analiza wariancji dla powtarzanych pomiarów przy zmiennej zależnej, jaką stanowiła ogólna ocena własnego wyglądu (BES), ujawniła istotne efekty interakcyjne: fazy badania i warunków eksperymentalnych $F(1, 104) = 6,38; p < 0,02; \eta^2 = 0,06$ oraz fazy badania i płci $F(1, 104) = 8,36; p < 0,01; \eta^2 = 0,07$. Analiza efektów prostych (*NIR* Fishera) pokazała, że o ile w grupie eksperymentalnej ocena wyglądu jest niższa w drugiej fazie badania (faza 1: $M = 127,44$ vs. faza 2: $M = 125,37; df = 110,63; p < 0,03$), o tyle w grupie kontrolnej nie różni się w zależności od fazy (faza 1: $M = 128,55$ vs. faza 2: $M = 129,92$). Oznacza to, że po doświadczeniu konfrontacji z upiękkszowaną wersją własnej twarzy badani oceniali swój wygląd mniej korzystnie niż przed. Ponadto analiza efektów prostych (*NIR* Fishera) wykazała, że w drugiej fazie eksperymentu mężczyźni znacznie korzystniej oceniali swój wygląd niż kobiety. Średnie wyniki przedstawia tabela 2.

Podobna analiza została przeprowadzona dla „bilansu emocjonalnego” (SUPIN) uczestników badania jako zmiennej zależnej. Rzetelność skali SUPIN była zadowalająca, α Cronbacha dla badanej próby wynosiła 0,86. Trójczynnikowa ANOVA dla powtarzanych pomiarów ujawniła dwa efekty interakcyjne: fazy badania i płci $F(1, 104) = 15,4; p < 0,0001; \eta^2 = 0,13$ oraz fazy badania, warunków eksperymentalnych i płci $F(1, 104) = 11,74; p = 0,001; \eta^2 = 0,10$. Analiza efektów prostych (*NIR* Fishera) pokazała, że źródłem uzyskanych zależności są wyniki kobiet i mężczyzn, którzy doświadczyli konfrontacji z upiękkszowaną wersją własnej twarzy. Po pierwsze, o ile manipulacja eksperymentalna wywołała pogorszenie bilansu emocjonalnego u kobiet, o tyle u mężczyzn wywołała jego polepszenie. Po drugie, w drugiej fazie badania mężczyźni w grupie eksperymentalnej mieli bardziej pozytywny bilans emocjonalny niż kobiety w tych samych okolicznościach. Średnie wyniki przedstawiają tabela 3.

Tabela 2

Średnie wskaźniki oceny własnego wyglądu (BES) w zależności od fazy badania i płci ($N = 108$)

Płeć	Faza badania	
	I	II
Kobiety	126,14 _a	123,82 _{a,b}
Mężczyźni	129,85	131,47 _b

_a oznacza $p < 0,02$; _b oznacza $p < 0,05$.

Tabela 3

Średni bilans emocjonalny (SUPIN) w zależności od fazy badania, warunków eksperymentalnych i płci ($N = 108$)

Płeć	Warunki eksperymentalne		Warunki kontrolne	
	faza 1	faza 2	faza 1	faza 2
Kobiety	16,14 _a	11,78 _{a,c}	12,96	13,25
Mężczyźni	14,20 _b	19,92 _{b,c}	13,92	14,85

_a oznacza $p < 0,002$; _b oznacza $p < 0,0002$; _c oznacza $p < 0,02$.

Aby zrozumieć uzyskane efekty, została przeprowadzona ANOVA (faza badania \times warunki eksperymentalne \times płeć) osobno dla uczuć pozytywnych (SUPIN) oraz uczuć negatywnych (SUPIN). Stwierdzono silny efekt interakcyjny zależny od fazy badania i płci $F(1, 104) = 14,36; p < 0,001; \eta^2 = 0,12$ oraz efekt interakcyjny związany z fazą badania, warunkami eksperymentalnymi i płcią $F(1, 104) = 8,51; p < 0,01; \eta^2 = 0,07$ w przypadku uczuć pozytywnych. Analiza efektów prostych (*NIR* Fishera) wykazała, że o ile kobietom z grupy eksperymentalnej nastrój pozytywny obniżył się w drugiej fazie badania (faza 1: $M = 36,50$ vs. faza 2: $M = 33,10; df = 129,26; p < 0,001$), o tyle u mężczyzn wystąpił efekt odwrotny — mieli bardziej pozytywny nastrój (faza 1: $M = 33,84$ vs. faza 2: $M = 36,56; df = 129,26; p < 0,005$). Analiza dla uczuć negatywnych (SUPIN) ujawniła istotne efekty interakcyjne fazy badania i płci $F(1, 104) = 4,45; p < 0,05; \eta^2 = 0,04$ oraz fazy badania, warunków eksperymentalnych i płci $F(1, 104) = 5,20; p < 0,05; \eta^2 = 0,05$. Analiza efektów prostych (*NIR* Fishera) ujawniła, że źródłem uzyskanych zależności są wyniki mężczyzn w grupie eksperymentalnej w drugiej fazie badania. Okazało się bowiem, że oglądanie upiękkszonych zdjęć własnej twarzy wywołało u nich poprawę nastroju (faza 1: $M = 19,64$ vs. faza 2: $M = 16,64; df = 120,98; p < 0,002$). Ponadto w drugiej fazie badania mężczyźni z grupy eksperymentalnej mieli znacznie mniej negatywny nastrój niż kobiety w tych samych warunkach badania (mężczyźni $M = 16,64$ vs. kobiety $M = 21,32; df = 120,98; p < 0,05$). Efekty nie pojawiły się w warunkach kontrolnych.

Użycie *Kwestionariusza aprobaty społecznej* pozwoliło na ustalenie postawy badanych wobec eksperymentu. Analiza pokazała wystarczającą rzetelność skali KAS (α Cronbacha wynosiła 0,76). Analizy korelacyjne wyników uzyskanych przez osoby badane w pomiarach KAS oraz pozostałych zmiennych wykazały natomiast, że pomiary zmiennych pozostały nieznacznie zależne od zmiennej aprobaty społecznej. Najwyższa istotna statystycznie korelacja wynosiła 0,28 (dla bilansu emocjonalnego (SUPIN) w pierwszej

fazie badania). Wyraźnie wysokie średnie zmiennej aprobaty społecznej w obu warunkach badania ($M_E = 14,45$; $M_K = 13,33$) nie wykluczają świadomego fałszowania wyników przez badanych w celu przedstawienia siebie w korzystniejszym świetle.

Dyskusja

Zgodnie z oczekiwaniami ludzie w obliczu konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy mniej korzystnie oceniali własny wygląd. Okazuje się jednak, że ocena własnego wyglądu była wyraźnie korzystniejsza u mężczyzn niż u kobiet.

Przewidywania dotyczące konsekwencji emocjonalnych były z kolei trafne wyłącznie w odniesieniu do kobiet: autokonfrontacja z upiększoną wersją twarzy pociągnęła za sobą pogorszenie ich nastroju. Mężczyźni, wbrew oczekiwaniom, reagowali odwrotnie niż kobiety — w wyniku doświadczenia konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy mieli oni lepszy nastrój. Należy się w tym miejscu zastanowić nad wyraźnie różnymi efektami zależnymi od płci w przypadku konsekwencji emocjonalnych. Możliwym czynnikiem warunkującym nastrój badanych zdaje się być stopień nasilenia rozbieżności między aktualnym a idealnym obrazem własnej twarzy. O ile kobiety miały tendencję do dużej rozbieżności podczas typowania najatrakcyjniejszej wersji swojego wyglądu (najczęściej wybierały zdjęcia silnie zmodyfikowane), o tyle mężczyzn najczęściej cechowała zbieżność w tej kwestii (wybierali zdjęcia autentyczne lub lekko zmodyfikowane). Przypuszczenie to zdaje się potwierdzać teoria samoświadomości podmiotowej (Wicklund, 1975), w myśl której kontrast między aktualnym a idealnym obrazem siebie prowadzi do uczuć negatywnych, a zbieżność do uczuć pozytywnych. Pozwala to częściowo wyjaśnić uzyskane w badaniu efekty — natężenie negatywnego nastroju jest proporcjonalne do stopnia nasilenia kontrastu między zdjęciem autentycznym a zdjęciem wybranym przez badanych. Inny możliwy powód uzyskania takich wyników stanowi ogólnie wysoki poziom aprobaty społecznej badanych, ponieważ nie wyklucza on świadomego zniekształcania wyników przez badanych, w celu przedstawienia siebie w lepszym świetle.

BADANIE 2

Badanie 1 ujawniło zmiany, jakie zachodzą w nastroju i ocenie własnego wyglądu w obliczu jawnej konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy. Pojawia się w związku z tym ważne pytanie — czy zaobserwowane zmiany stanowią następstwo dostrzeżenia rzeczywistej różnicy w wyglądzie, czy jest to konsekwencja informacji o zmodyfikowaniu zdjęć (świadomość wprowadzonych zmian)? W badaniu 2 założono zatem, że konsekwencje

konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy będą mniej dotkliwe w sytuacji konfrontacji ukrytej niż jawnej (jak w badaniu 1). Jednostka bowiem niemająca świadomości dokonywania porównań w systemie Ja może nie ponieść konsekwencji za ich wynik (Wicklund, 1975).

Metoda

Osoby badane. W badaniu uczestniczyło 110 osób dorosłych (56 kobiet i 54 mężczyzn). Badani byli w wieku od 28 do 49 lat, średnia wieku wynosiła 34,72 ($SD = 5,42$). Osoby rekrutowano losowo spośród pracowników różnych zakładów pracy we Wrocławiu, Gostyniu, Kłodzku i Warszawie. Wszyscy badani wypełniali dwukrotnie formularze indywidualnie — całość zajęła średnio 15 minut. Do porównania wyników posłużyła grupa kontrolna z badania 1.

Procedura badania. Schemat badania 2 różnił się od badania 1 jedynie częściową zmianą manipulacji eksperymentalnej. Badani z grupy eksperymentalnej nie wiedzieli, że fotografie twarzy, które oglądali, są różnymi wersjami tego samego zdjęcia poddanego upiększającemu retuszowi (jak w badaniu 1). Eksperymentator — w pierwszej części badania — informował badanych, że zrobi im kilka zdjęć twarzy, aby mogli oni — na drugim etapie doświadczenia — wybrać najbardziej korzystne. W tej wersji badania nie zostało ujednocnione tło fotografii, ponieważ mogłoby to sugerować modyfikacje komputerowe wizerunku na zdjęciu.

Pomiaru zmiennych zależnych dokonano przy użyciu tych samych metod, co w badaniu 1, a także w tej samej kolejności (czyli: 1 faza badania: 1 — skala SUPIN, 2 — skala BES, 3 — skala KAS; 2 faza badania: 1 — skala SUPIN, 2 — skala BES). Ponadto po drugiej fazie eksperymentu zastosowano pytanie weryfikujące, czy badani zorientowali się, że zdjęcia zostały poddane upiększającemu retuszowi (test świadomości): „Czy zauważyłeś/zauważyłaś coś szczególnego w oglądanych wersjach zdjęcia?”

Wyniki

Mężczyźni (29,6%), równie często jak kobiety (32,1%), jako najbardziej dla nich atrakcyjne wybierali zdjęcie najsilniej zmodyfikowane (zdjęcie 9), którego retusz obejmował następujące zmiany: wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych, korekta podbródka oraz wygładzenie zmarszczek szyi, modelowanie ust. Co ciekawe, jeszcze częściej (44,4%) mężczyźni wybierali zdjęcie autentyczne (zdjęcie 1). Tabela 4 przedstawia, w zależności od płci, częstość wybieranych zdjęć oraz modyfikacje, jakim zostały one poddane w obliczu ukrytej konfrontacji z upiększoną

wersją własnej twarzy. Im wyższy numer, tym bardziej zmodyfikowane zdjęcie.

Przykładowe odpowiedzi badanych w teście świadomości to: „wszystkie zdjęcia były takie same”, „dlaczego zdjęcia nie różniły się między sobą?”, „nic nie zauważyłem”, „zdjęcia były w tej samej pozie”, „zdjęcia były bardzo podobne do siebie” – co jednoznacznie wskazuje na brak świadomości badanych osób o wprowadzonych komputerowo modyfikacjach w wyglądzie ich twarzy.

Analizy korelacyjne zmiennej „wybór zdjęcia” oraz pozostałych zmiennych wykazały jedynie nieznaczny związek wskazanej zmiennej z oceną własnego wyglądu ($r = -0,27$; $p < 0,05$) oraz nastrojem ($r = -0,27$; $p < 0,05$) w drugiej fazie badania. Im mniej zmodyfikowane zdjęcia wybierali uczestnicy eksperymentu, tym korzystniej oceniali oni własny wygląd i mieli bardziej pozytywny nastrój.

Analiza wariancji dla powtarzanych pomiarów przy zmiennej zależnej, którą stanowiła ogólna ocena własnego wyglądu (BES), ujawniła istotne efekty interakcyjne: fazy badania i warunków eksperymentalnych $F(1, 106) = 4,89$; $p < 0,03$; $\eta^2 = 0,04$ oraz fazy badania i płci $F(1, 106) = 5,71$;

$p < 0,02$; $\eta^2 = 0,05$. Analiza efektów prostych (NIR Fishera) wykazała, że o ile w grupie eksperymentalnej ocena wyglądu jest niższa w drugiej fazie badania, o tyle w grupie kontrolnej nie różni się ona w zależności od fazy (faza 1: $M = 133,45$ vs. faza 2: $M = 130,62$; $df = 120,98$; $p < 0,002$). Ponadto analiza efektów prostych (NIR Fishera) ujawniła, że kobiety w drugiej fazie eksperymentu oceniały swój wygląd mniej korzystnie niż w pierwszej (faza 1: $M = 129,80$ vs. faza 2: $M = 126,80$; $df = 118,16$; $p < 0,03$). Wyniki mężczyzn nie różniły się w zależności od fazy badania (faza 1: $M = 132,20$ vs. faza 2: $M = 133,74$). Oznacza to, że za uzyskany w badaniu efekt odpowiadają głównie wyniki kobiet.

Podobna analiza została przeprowadzona dla bilansu emocjonalnego jako zmiennej zależnej. Stwierdzono jedynie efekt główny warunków eksperymentalnych $F(1, 106) = 4,87$; $p < 0,03$; $\eta^2 = 0,04$. Bilans emocjonalny był wyraźnie bardziej pozytywny w warunkach eksperymentalnych ($M = 18,54$) niż kontrolnych ($M = 13,75$).

Aby zrozumieć uzyskany efekt, została przeprowadzona ANOVA (faza badania \times warunki eksperymentalne \times

Tabela 4

Rodzaje zdjęć, jakie wybierały osoby badane w obliczu ukrytej konfrontacji z upiękzoną wersją własnej twarzy w zależności od płci ($N = 55$)

Rodzaje modyfikacji zdjęć	Kobiety		Mężczyźni	
	N	%	N	%
Zdjęcie 1 – zdjęcie rzeczywiste (brak modyfikacji)	5	17,9	12	44,4
Zdjęcie 2 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami	5	17,9	0	0,0
Zdjęcie 3 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy	3	10,7	2	7,4
Zdjęcie 4 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu	1	3,6	1	3,7
Zdjęcie 5 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi	1	3,6	0	0,0
Zdjęcie 6 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa	1	3,6	1	3,7
Zdjęcie 7 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych	1	3,6	1	3,7
Zdjęcie 8 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych, korekta podbródka oraz wygładzenie zmarszczek szyi	2	7,1	2	7,4
Zdjęcie 9 – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych, korekta podbródka oraz wygładzenie zmarszczek szyi, modelowanie ust	9	32,1	8	29,6

pleć) osobno dla uczuć pozytywnych (SUPIN) oraz uczuć negatywnych (SUPIN). Analiza dla uczuć pozytywnych nie ujawniła żadnych istotnych efektów głównych i interakcyjnych. Natomiast analiza dla uczuć negatywnych ukazała silny efekt główny warunków eksperymentalnych $F(1, 106) = 12,95; p < 0,001; \eta^2 = 0,11$. Nastrój był znacząco mniej negatywny w grupie eksperymentalnej ($M = 15,78$) niż w kontrolnej ($M = 21,02$). Oznacza to, że za zmiany bilansu emocjonalnego odpowiada spadek nastroju negatywnego, nie zaś wzrost pozytywnego.

Analizy korelacyjne wyników wykazały, że pomiary pozostałych zmiennych są nieznacznie zależne od aprobaty społecznej. Najwyższa istotna statystycznie korelacja była równa $-0,24$ dla nastroju negatywnego (SUPIN) w fazie 1. Zanotowano również wysoki poziom aprobaty społecznej w obu warunkach badania ($M_E = 14,44; M_K = 13,33$).

Dyskusja

Wyniki tego eksperymentu również potwierdziły hipotezy dotyczące oceny własnego wyglądu. W obliczu ukrytej konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy, badani niżej oceniali własny wygląd rzeczywisty. Zaznaczyć jednak trzeba, że za ogólny uzyskany efekt odpowiadają przede wszystkim wyniki kobiet, ponieważ wyniki mężczyzn nie różniły się w zależności od fazy badania.

Badanie 2 nie potwierdziło z kolei założeń dotyczących konsekwencji emocjonalnych. Okazało się bowiem, że uczestnicy z grupy eksperymentalnej mieli lepszy nastrój niż badani z grupy kontrolnej. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że opisana relacja pojawia się niezależnie od manipulacji eksperymentalnej. Oznacza to, że zarówno przed, jak i po konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy, badani mieli lepszy nastrój niż osoby w warunkach neutralnych. Wyniki zatem nie obrazują wyłącznie konsekwencji oglądania upiększonych zdjęć własnej twarzy. Ogólnie lepszy nastrój w warunkach eksperymentalnych może częściowo wynikać z przekonania osób badanych, że wyglądają lepiej niż w rzeczywistości, ponieważ nie mieli oni świadomości, że wybierają najbardziej korzystne zdjęcie własnej twarzy spośród zdjęć poddanych wcześniej upiększającemu retuszowi. Innym możliwym powodem tego stanu rzeczy staje się brak świadomości rozbieżności między wyglądem aktualnym a pożądanym. Badani nie wiedzieli bowiem, że dokonują porównań, a co za tym idzie, nie ponieśli konsekwencji emocjonalnych będących ich następstwem.

DYSKUSJA KOŃCOWA

Artykuł poświęcony został rozwiązaniu następującego problemu: jakie konsekwencje pociąga za sobą dostrzeżenie przez daną osobę różnic między jej rzeczywistym wyglądem

a ulepszonym wizerunkiem na fotografii. Konsekwencje te rozpatrywano w zakresie nastroju oraz ogólnej oceny własnego wyglądu.

Badania 1 i 2 wykazały zależność między rodzajem porównań (jawne vs. ukryte) a oceną własnego wyglądu i nastrojem w obliczu konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy. Badania te zgodnie z oczekiwaniami dowiodły, że w konsekwencji jawnej i ukrytej konfrontacji z upiększoną wersją własnej twarzy ludzie mniej korzystnie oceniają swój rzeczywisty wygląd. Można zatem sądzić, że rodzaj porównania (jawne vs. ukryte) nie warunkuje ogólnej oceny własnego wyglądu w obliczu konfrontacji z upiększoną wersją swojej twarzy. Niezależnie zatem od tego, czy ludzie wiedzą, że konfrontują się z upiększonym obrazem własnej twarzy, czy też nie, powoduje to obniżenie ich samooceny. Sam fakt autokonfrontacji, zgodnie z twierdzeniami teorii Shelley Duval i Roberta Wicklunda (1972), jest wystarczającym warunkiem pogorszenia oceny samego siebie. Wskazywałoby to na aktywizację Ja idealnego w obu warunkach.

Przeprowadzone badania nie potwierdziły natomiast przewidywań odnośnie do konsekwencji emocjonalnych. Zanotowano wyraźnie różne efekty dotyczące nastroju respondentów w obu eksperymentach. Okazało się bowiem, że to informacja o cyfrowym zmodyfikowaniu zdjęć (świadomość wprowadzonych zmian), nie zaś dostrzeganie rzeczywistej różnicy w wyglądzie, wpływa na zmiany w zakresie nastroju u badanych osób.

Konieczne należy zwrócić uwagę na wyraźne rozbieżności w wyborze najkorzystniejszej wersji zdjęcia wśród badanych mężczyzn w zależności od tego, czy mieli oni świadomość wprowadzonych zmian w wyglądzie (badanie 1), czy też nie (badanie 2). Okazuje się bowiem, że w badaniu 1 mężczyźni preferowali zdjęcie realne lub najbliższe realności (zdjęcie 2), natomiast w badaniu 2 najczęściej wybierali bardzo skrajnie – albo zdjęcie realne (zdjęcie 1), albo zdjęcie najmocniej zmodyfikowane (zdjęcie 9). Można zatem sądzić, że świadomość wprowadzonych w wyglądzie zmian wyklucza wśród mężczyzn wybór zdjęć zbliżających ich podobiznę do ideału, a powodem nie jest brak korzystnych modyfikacji wynikających z retuszu, ale sama informacja, że został on wykonany. Mimo że na drodze porównania tych dwóch badań w badaniu 2 procent mężczyzn z tendencją do dużej rozbieżności w wyborze między realnym a pożądanym obrazem własnej twarzy był dużo wyższy (8% do 29,8%), to brak świadomości natury tej różnicy pozwolił na uniknięcie negatywnych konsekwencji emocjonalnych u badanych. Jak wynika z powyższego, kwestia porównań dokonywanych w systemie Ja (realne vs. idealne) to kwestia świadomości dokonanych zmian.

Kobiety z kolei dokonywały zbliżonego wyboru w obu badaniach – badanie 1 – zdjęcie 8 (32,1%); badanie 2 – zdjęcie 9 (32,1%). Wynika z tego, że przyczyną obniżenia ich nastroju w badaniu 1 było nie tyle istnienie rzeczywistej rozbieżności między aktualnym a idealnym obrazem własnej twarzy, ile raczej sama jej świadomość. Kobiety, które dokonywały jawnych porównań, miały znacznie gorszy nastrój niż kobiety, które dokonywały porównań ukrytych, mimo że wielkość rozbieżności między aktualnym wyglądem twarzy a wyglądem idealnym była podobna w obu eksperymentach. Nasuwa się zatem wniosek, że jawne porównania, wykonane ze świadomością wprowadzonych zmian (to jest upiększającego retusz zdjęć), generują myśli na temat istoty rozbieżności między aktualnym a idealnym obrazem siebie i prowadzą do pogorszenia nastroju u badanej osoby. Ukryte porównania natomiast (to jest brak informacji o wykonanych ulepszeniach) tego efektu nie wywołują i nie przyczyniają się do zmian w zakresie reakcji emocjonalnych.

Uzupełniając powyższe wnioski, należy podkreślić, że o ile w obliczu jawnej autokonfrontacji z upiększoną wersją twarzy (badanie 1) ocena własnego wyglądu kobiet nie była skorelowana z ich nastrojem, o tyle w sytuacji konfrontacji ukrytej związek był dość silny ($r = 0,67$; $p < 0,001$). Tak zaznaczone różnice prowadzą do konkluzji, że pogorszenie nastroju kobiet w badaniu 1 spowodowane było bezpośrednim oddziaływaniem manipulacji eksperymentalnej, natomiast stan emocjonalny kobiet w badaniu 2 był warunkowany dokonaną przez nie oceną własnego wyglądu. Analizując wyniki mężczyzn, można z kolei zauważyć odmienne efekty dotyczące związku między oceną własnego wyglądu a nastrojem w zależności od warunków eksperymentalnych. Oglądanie przez nich upiększonych zdjęć własnej twarzy w warunkach świadomości dokonanych przeobrażeń (badanie 1) zaktualizowało związek między ich oceną własnego wyglądu a nastrojem ($r = 0,52$; $p < 0,01$), gdyż korelacja pojawiła się dopiero po wprowadzeniu manipulacji eksperymentalnej. Ponadto w obliczu konfrontacji ukrytej (badanie 2) wskazany związek okazał się jeszcze silniejszy ($r = 0,74$; $p < 0,001$). Można wobec tego stwierdzić, że w przypadku mężczyzn, niezależnie od tego, czy mają oni świadomość zastosowania retuszu zdjęć, czy nie, odczuwane przez nich emocje są związane z oceną własnego wyglądu, co jest zgodne z przesłankami teoretycznymi (Głębocka, 2009).

Na tej podstawie można powiedzieć, że wyniki eksperymentów pierwszego i drugiego pozostają w zgodności z teorią samoświadomości podmiotowej (Wicklund, 1975) względem grupy kobiet, natomiast niezupełnie są zgodne w przypadku badanych mężczyzn, co nakazuje ostrożność podczas uogólniania danych oraz sugeruje potrzebę dalszych dociekań – w odniesieniu do grupy mężczyzn.

Przedstawione wyniki badań z pewnością nie pozostają wolne od ograniczeń i wątpliwości. Wymagają zatem replikacji z uwzględnieniem odmiennych metod manipulacji eksperymentalnej i pomiaru zmiennych zależnych.

Należy przede wszystkim zwrócić uwagę na trzy grupy ograniczeń przedstawionych badań. Po pierwsze, osoby badane z grupy kontrolnej oglądały serię zdjęć pejzażowych, co oznacza, że zaprezentowane eksperymenty pokazują jedynie konsekwencje oglądania serii zmodyfikowanych zdjęć własnej twarzy, nie odpowiadają natomiast na pytanie, czy to sam kontakt ze zdjęciem własnej twarzy (autokonfrontacja), czy też fakt, że zdjęcia zostały poddane upiększającemu retuszowi, przyczynia się do uzyskanych w badaniach zależności. Nasuwa się zatem potrzeba rozszerzenia procedury eksperymentalnej w kolejnych projektach badawczych o grupę porównawczą, którą będą stanowić osoby oglądające różne wersje zdjęć własnej twarzy bez modyfikacji. Po drugie, odnotowano wysoką wariację wewnątrzgrupową w reakcjach emocjonalnych badanych (badanie 2) — duże rozproszenie wyników wokół średniej oznacza, że nie można wskazać na jednorodny styl reagowania badanych pod wpływem ukrytej autokonfrontacji z upiększonym wizerunkiem twarzy. Może to się wiązać z niekontrolowanym w badaniu czynnikiem wpływającym na wyniki, który należałoby zidentyfikować w dalszych działaniach eksperymentalnych. Na przykład kontrola zmiennych osobowościowych oraz wyjściowego poziomu atrakcyjności badanych mogłaby rozstrzygnąć tę kwestię. Po trzecie, stwierdzono ogólnie wysoki poziom aprobaty społecznej badanych (badania 1 i 2), który nie wyklucza świadomego zniekształcania wyników przez badanych w celu przedstawienia siebie w korzystniejszym świetle.

Ważny atut przedstawionych badań stanowi natomiast grupa uczestników, którą tworzyli ludzie dojrzały, nie zaś studenci. Przede wszystkim dlatego, że w procesie kształtowania się obrazu własnego ciała i emocjonalnego do niego stosunku istotne znaczenie odgrywają zmiany rozwojowe (Rabe-Jabłońska, Dunajska, 1997). Można tym samym uznać, że osoby w wieku średnim charakteryzuje względnie stały i ustrukturalizowany związek myśli oraz emocji z określonymi częściami ciała (Brytek-Matera, 2008). Trzeba jednak zaznaczyć, że choć dobór do grup eksperymentalnych był losowy, to mechanizm rekrutacji zawierał elementy autoselekcji (badani godzili się lub nie). Fotografowanie twarzy, które było częścią manipulacji eksperymentalnej, powodowało, że dość duża część osób odmawiała udziału w badaniach.

Niezgodne z przesłankami teoretycznymi reakcje mężczyzn na własny wizerunek mogą wynikać z faktu, że zdecydowana większość badań nad atrakcyjnością ciała

dotyczy kobiet i to przede wszystkim w kontekście zaburzeń odżywiania (Głębocka, Kulbat, 2005). Oznacza to, że niezwykle ważne znaczenie dla aktualnego stanu wiedzy ma kontynuowanie badań w zakresie wizerunku zewnętrznego na populacji mężczyzn.

Wskazane różnice mogą stanowić jedną z konsekwencji odmiennych tożsamości indywidualnych wykształconych przez kobiety i mężczyzn (Cross, Madson, 1997). Zróznicowanie tożsamości stanowi ponadto o odmiennym przebiegu procesów autoprezentacji w zależności od płci (Wojciszke, 2011). O ile kobiety mają tendencję do ekspozycji typowo kobiecych cech (jak: empatia), o tyle mężczyźni prezentują stereotypowo męskie cechy (jak: niezależność). Autoprezentacja sprzeczna ze stereotypem własnej płci bywa bowiem nieakceptowana społecznie (tamże). Stereotypy płci pociągają za sobą specyficzne konsekwencje zależne od ich treści. Stereotyp kobiecości, który silnie wiąże się z koncentracją kobiet na własnym wyglądzie, prowadzi w konsekwencji do samouprzedmiotowania, którego skutki prowadzą dalej do stworzenia koncepcji siebie w oparciu o wygląd fizyczny (Fredrickson, Roberts, Noll, Quinn, Twenge, 1998). Badanie to pokazuje, że wstyd spowodowany wyglądem własnego ciała, aktywowany poprzez przymierzenie stroju kąpielowego, powodował u kobiet nie tylko spadek ilości spożywanych pokarmów, ale też pogorszenie wyników w rozwiązywaniu zadań matematycznych. Takiego efektu nie uzyskano, gdy mężczyźni przymierzali kąpielówki. Można zatem twierdzić, że koncentracja na własnym wyglądzie absorbuje dużo więcej uwagi kobiet niż mężczyzn oraz zajmuje odmienne miejsce w formułowaniu koncepcji siebie przez obie płcie.

W dalszych pracach należałoby zatem wywrzeć silny nacisk na wskazanie praktycznych sposobów radzenia sobie z narastającym brakiem akceptacji własnego wyglądu szczególnie u kobiet, poszukując źródeł w formułowanej przez nie koncepcji własnej osoby.

LITERATURA CYTOWANA

- Agliata, D., Tantleff-Dunn, S. (2004). The impact of media on male's body image. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23 (1), 7–22.
- ASPS (2012). *2012 Plastic surgery statistics report*. Pobrano z: <http://www.plasticsurgery.org/news/plastic-surgery-statistics/2012-plastic-surgery-statistics.html>.
- Brytek-Matera, A. (2008). *Obraz ciała – obraz siebie: wizerunek własnego ciała w ujęciu psychospołecznym*. Warszawa: Centrum Doradztwa i Informacji Difin.
- Brzozowski, P. (2010). *Skala uczuć pozytywnych i negatywnych SUPIN. Polska adaptacja PANAS Davida Watsona i Lee Anny Clark. Podręcznik*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych.
- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses testing in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1–49.
- Buss, D. M. (2001). *Psychologia ewolucyjna*, tłum. M. Orski. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Confer, J. C., Perilloux, C., Buss, D. M. (2010). More than just a pretty face: Men's priority shifts toward bodily attractiveness in short-term versus long-term mating contexts. *Evolution and Human Behavior*, 31, 348–353.
- Crerand, C. E., Infield, A. L., Sarwer, D. B. (2007). Psychological considerations in cosmetic breast augmentation. *Plastic Surgical Nursing*, 27 (3), 146–154.
- Cross, S. E., Madson, L. (1997). Models of the self: Self-construals and gender. *Psychological Bulletin*, 122, 5–37.
- Cunningham, M. R., Barbee, A. P., Pike, C. L. (1990). What do women want? Facialmetric assessment of multiple motives in the perception of male facial physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 61–72.
- Drwal, R. L., Wilczyńska, J. (1980). Opracowanie kwestionariusza aprobaty społecznej. *Przegląd Psychologiczny*, 23 (3), 556–583.
- Duval, S., Wicklund, R. (1972). *A theory of objective self-awareness*. New York: Academic Press.
- Edler, R., Abd Rahim, M., Wertheim, D., Greenhill, D. (2010). The use of facial anthropometrics in aesthetic assessment. *Cleft Palate Craniofac Journal*, 47 (1), 48–57.
- Edler, R., Agarwal, P., Wertheim, D., Greenhill, D. (2006) The use of anthropometric proportion indices in the measurement of facial attractiveness. *European Journal of Orthodontics*, 28 (3), 274–281.
- Etcoff, N. (2002). *Przetrwają najpiękniejsi*, tłum. D. Cieśla. Warszawa: Wydawnictwo CiS, Wydawnictwo WAB.
- Fink, B., Täschner, K., Neave, N., Hugill, N., Dane, L. (2010). Male faces and bodies: Evidence of a condition-dependent ornament of quality. *Personality and Individual Differences*, 49, 436–440.
- Franzoi, S. L., Shields, S. A. (1894). The Body-Esteem Scale: Multidimensional structure and sex differences in a college population. *Journal of Personality Assessment*, 48, 173–178.
- Frederick, D. A., Bohrnstedt, G. W., Hatfield, E., Berscheid, E. (2014). Factor structure and validity of the Body Parts Satisfaction Scale: Results from the 1972 Psychology Today Survey. *Psychologijiske teme*, 23 (2), 223–243.
- Fredrickson, B. L., Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21 (2), 173–206.
- Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Noll, S. M., Quinn, D. M., Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 269–284.
- Garner, D. M. (1997). The 1997 body image survey results. *Psychology Today*, 30 (1), 30–47.
- Głębocka, A. (2009). *Niezadowolone z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Głębocka, A., Kulbat, J. (red.) (2005). *Wizerunek ciała. Portret Polek*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.

- Grogan, S. (2008). *Body image. Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. London, New York: Routledge.
- Jackson, L. A. (1992). *Physical appearance and gender: Sociobiological and sociocultural perspectives*. Albany: State University of New York Press.
- Johnston, C., Hunt, O., Burden, D., Stevenson, M., Hepper, P. (2010). Self-perception of dentofacial attractiveness among patients requiring orthognathic surgery. *Angle Orthodontist*, 80 (2), 361–366.
- Knauss, Ch., Paxton, S. J., Alsaker, F. D. (2008). Body dissatisfaction in adolescent boys and girls: Objectified body consciousness, internalization of the media body ideal and perceived pressure from media. *Sex Roles*, 59 (9/10), 633–643.
- Kossakowska, M. (1999). *Wykorzystanie skali BES (Body Esteem Scale) w badaniach empirycznych*. Referat wygłoszony na Ogólnopolskiej Konferencji: „Wspomaganie rozwoju – psychostymulacja i psychokorekcja”, Bydgoszcz, 16–17 listopada 1999 r.
- Langlois, J. H., Roggman, L. A. (1990). Attractive faces are only average. *Psychological Science*, 1 (2), 115–121.
- Levine, M. P., Murnen, S. K. (2009). “Everybody knows that mass media are/are not [pick up] a cause of eating disorders”: A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28 (1), 9–42.
- Little, A. C., Mannion, H. (2006). Viewing attractive or unattractive same-sex individuals changes self-rated attractiveness and face preferences in women. *Animal Behaviour*, 72, 981–987.
- Major, B., Testa, M., Bylsma, W. H. (1991). Responses to upward and downward social comparisons: The impact of esteem – relevance and perceived control. W: J. Suls, T. A. Wills (red.), *Social comparison: Contemporary theory and research* (s. 237–260). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Mirucka, B., Sakson-Obada, O. (2013). *Ja cielesne. Od normy do zaburzeń*. Sopot: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Mulkens, S., Jansen, A. (2009). Mirror gazing increases attractiveness in satisfied, but not in dissatisfied women: A model for body dysmorphic disorder? *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 40, 211–218.
- Myers, T. A., Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*, 118, 283–298.
- Oettingen, G. (1996). Positive fantasy and motivation. W: P. M. Gollwitzer, J. A. Bargh (red.), *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (s. 236–259). New York: Guilford Press.
- Państwowa Inspekcja Sanitarna (2009). *Problem nadwagi i otyłości w Polsce wśród osób dorosłych. Dane epidemiologiczne*. Pobrano z: <http://www.gis.gov.pl/ckfinder/userfiles/files/Nadwaga%20i%20otyłość%20dorośli%20dane.pdf>.
- Polivy, J., Herman, C. P. (2002). Causes of eating disorders. *Annual Review Psychology*, 53, 187–213.
- Potter, T., Corneille, O. (2008). Locating attractiveness in the face space: Faces are more attractive when closer to their group prototype. *Psychonomic Bulletin and Review*, 15, 615–622.
- Rabe-Jabłońska, J., Dunajska, A. (1997). Poglądy na temat znaczenia zniekształconego obrazu ciała dla powstawania i przebiegu zaburzeń odżywiania. *Psychiatria Polska*, 6, 723–738.
- Rhodes, G. I., Halberstadt, J., Jeffery, L. R., Palermo, R. (2005). The attractiveness of average faces is not a generalized mere exposure effect. *Social Cognition*, 23 (3), 205–217.
- Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P., Banfield, S. (2000). Body image and body change methods in adolescent boys. Role of parents, friends and the media. *Journal of Psychosomatic Research*, 49 (3), 189–197.
- Scott, I. M., Penton-Voak, I. S. (2011). The validity of composite photographs for assessing masculinity preferences. *Perception*, 40, 323–331.
- Watson, D., Clark, L. A., Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS Scales. *Journal and Personality and Social Psychology*, 54 (6), 1063–1070.
- Wheeler, L., Miyake, K. (1992). Social comparison in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 760–773.
- Wicklund, R. A. (1975). Objective self-awareness. W: L. Berkowitz (red.), *Advances in experimental social psychology* (t. 9, s. 233–275). New York: Academic Press.
- Wojciszke, B. (2011). *Psychologia społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Wong, B. J. F., Karimi, K., Devic, Z., McLaren, C. E., Chen, W. P. (2008). Evolving attractive faces using morphing technology and a genetic algorithm: A new approach to determining ideal facial aesthetics. *The Laryngoscope*, 118, 962–974.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1–27.

Explicit and implicit confrontation with beautified face images and its impact on appearance and mood

Dagmara Gawron

2nd Faculty of Psychology, SWPS University of Social Sciences and Humanities, Wrocław

ABSTRACT

The article describes consequences of explicit and implicit confrontation with beautified face images. Volunteers, who underwent two experiments, evaluated pictures of their faces that were beautified in Photoshop. In Experiment 1 ($N = 108$), it was shown that the participants after explicit confrontation with beautified images of their faces tended to rate their actual appearance less favorably than before the experience. Moreover, Experiment 1 showed that women after explicit confrontation had a worse mood in comparison to neutral conditions, however, in men the opposite effect occurred. The aim of Experiment 2 ($N = 110$) was to find an answer to a question whether the effects caused in Experiment 1 occurred due to awareness of the changes, or a real difference in appearance. The study indicates that the decrease in self-evaluation of appearance after confrontation with beautified picture of face was caused by genuine difference in appearance, however, deterioration in mood was caused by objective self-awareness of aforementioned difference.

Keywords: *body modification, body self-esteem, mood*

Złożono do druku: 21.06.2015

Złożono poprawiony tekst: 05.10.2015

Zaakceptowano do druku: 25.11.2015