

DREAM BIG

ספטמבר 2022

ממדונה ועד נטע ברזילי

נשים במדיה כגורם משפיע על דימוי הגוף

כותבת ועורכת ראשית: ימית קפלן כהן





התפקיד שלך יהיה שולי, בלי עומק או סיפור רקע מעניין. זאת שבאורח פלא תמיד שמה את חייה בצד, עבור חברה שלה "הרזה", בכל רגע נתון, כי היא צריכה להיות אסירת תודה על כך שיש לה חברים, מלכתחילה. דבר שעולה בקנה אחד עם כך שכדמות שמנה, תמיד תהיי אסירת תודה מטבעך על כך שיש אהבה בחיך, ללא קשר לטיבה של אותה זוגיות או בריאותה. אם לא מצאת את מקומך כשמנה בכל הכתוב לעיל, אז כל שנותר לך הוא להיות המרשעת.



חשיפה ל"טייפקאסט" הספציפי הזה פעם אחר פעם, ללא כל היצע אחר, לא באמת יכלה להביא לידי ביטוי או לתת מקום חופשי, של בחירה או גיבוש רעיון אחר בראש שלי כנערה מתבגרת ושלי כאישה צעירה בהמשך דרכי.

אז כמה מפתיע זה באמת?! שצלחתי במשימה ועשיתי "וי" גדול ובוהק על כל אחת מרשימת המאפיינים של אותה דמות שמנה. אותן המסקנות ליוו אותי, את התפתחותי, את גיל ההתבגרות שלי, את הפיכתי לאישה, ואת בחירת הזוגיות הראשונה בחיי.

אין עוררין על כך שהמנעד והמגוון היום שונה, ההיצע היום הוא אכן אחר, אבל האם הוא מספיק? האם הוא באמת מספר סיפור אחר? האם אותו טייפקאסט הונח בצד או שפשוט נבנה חדש שלא כמותו? האם דמות שמנה יכולה פשוט להיות היא ללא קשר למשקל שלה?

בחרתי להעלות על כתב, איזו השפעה יש למדיה על דימוי גוף אצל נשים בפרט, סטיגמות ושמנופוביה במדיה, הערצה ומודלים לחיקוי אצל בני ובנות נוער, מה משקלה בהתפתחותם. בעבודה אסרוק מעט את האבולוציה במהלך השנים, במגוון ובמאפיינים של אותן נשים שהקיפו אותי במדיה, בעיקר דרך המשקפיים שלי, הדמויות שליוו אותי, שגרמו לי להרגיש, שגרמו לי לנשום עמוק, ששיחררו אותי מהרצון להיות רק דבר אחד, אותן הדמויות שהשאירו עליי חותם (כזה או אחר) במהלך הדרך והביאוני עד הלום.

היי, אני ימית. עד גיל 10 לא הכרתי מקרוב את המשקל, הקלוריות, סרט המידה ודומיהם... ההיכרות שלנו הייתה שטחית, ראיתי אותם סביבי כל הזמן, בשיח המשפחתי, בטלוויזיה, בין החברות, זה היה מונח שם בצד ללא נוכחות חיונית בחיי. כשהמשקל ה"תקין" שלי התחיל לזוז לכיוון מעלה, העולם סביבי החל להשתנות בקצב מסחרר. כולם היו עסוקים כל הזמן באיך רצוי וכדאי לתקן את הנעשה. אינספור שיחות מוטיבציה של "את יכולה", אינספור הבטחות למתנות שוות ונשגבות – אם רק המשקל יחדל לטפס ורחמנא לצלן אף יראה סימנים של ירידה. המשקל בבת אחת הפך לנחלת הכלל מצד אחד ולמשהו שצריך להחביא, להסתיר ובעיקר למחוק כלא היה, מצד שני.

בתור ילדה (וגם כבוגרת) הייתי ועודני צרכנית מדיה אוהדת. אהבתי לצפות בטלוויזיה, להעריץ דמויות שונות, לחלום על להיות כמו ובעיקר להראות כמו. המשקל שהיה לתכנים אליהם הייתי חשופה, לדמויות אותן הכרתי והערצתי ולמסרים שעברו דרך אותה המדיה, היה משמעותי ואם יורשה לי, די כבד, על ההסתכלות שלי על עצמי ועל הסביבה שלי.

בצעירותי הבנתי והודבק היטב במוחי, שבאפשרותי לשנות ולתקן דברים שלא זורמים עם נחלת הכלל. שאפילו כדאי ואף רצוי לתקן בשביל להרגיש שייכת, בשביל להרגיש שוות ערך. נושא לעבודה נוספת יכול להיות אם לחוויות האלה היה קשר לבחירה המקצועית שלי בהמשך חיי 🤔

עוד תובנה קריטית שהתיישבה בתת מודע/מודע שלי במהלך השנים, הדבקה נוספת, היא שאסור לי לסמוך על המראה שלי, כי אם אני שמנה ולא מצליחה לתקן את זה, אז כדאי שיהיו לי עוד כמה קלפים בשחול כדי להצליח למצוא את המקום שלי בעולם.

נוכח הדמויות השמנות שצצו במהלך השנים, וליוו את התבגרותי, אני לא חושבת שיכלתי להגיע לאף מסקנה אחרת. כי הרי אם את שמנה, אז קודם כל מתייחסים רק למראה שלך ולמשקל שלך ואת בטח סובלת מהפרעות בנוגע לאכילה שלך ואולי אולי רק אחרי זה את גם אישה עם אישיות, אופי וכישרונות. לרוב, את תהיי "המצחיקה" או אפילו "הגרוטסקית", החברה הטובה ביותר של הילדה הכי יפה בשכבה (ההיא שכל הבנים רוצים), זו שתמיד שם בשבילה, נותנת העצות האולטימטיבית וכדי שתחליקי בגרונו של הצופים, ברור שתהיי יפה או לפחות מגניבה. (מליסה מקארתי – מככבת בבנות גילמור, השושבינות ותכנית הטלוויזיה "מייק ומולי")



כמובן שתרשי לכולם לצחוק על המשקל שלך או לזרוק הערות פוגעניות ואף תקדימי אותם ותעירי בעצמך והכל בשם הקומדיה, כי הרי להיות שמן זה מצחיק, לא!?!.



תוכן עניינים / כתבות במגזין:

1. המפגש הראשון של ילדות צעירות עם דמויות נשיות במדיה - נסיכות דיסני

2. יומן ילדתי - שנות ה-80 והדמויות המשפיעות אז...

3. מהו דימוי גוף והגורמים המשפיעים על התגבשותו?

4. ההשפעה שיש למדיה על דימוי גוף

5. יומן נעוריי - שנות ה-90 והדמויות המשפיעות אז...

6. מהי שמנופוביה?

7. שמנופוביה במדיה

8. יומן הפיכתי לאישה צעירה - שנות ה-2000 והדמויות המשפיעות אז...

9. תנועה של שינוי באויר - העשור האחרון

10. דבר העורכת לסיכום

11. מקורות מידע

המפגש הראשון של ילדות צעירות עם דמויות נשיות במדיה - נסיכות דיסני

נכון להיום, מואנה היא הנסיכה האחרונה אשר הוכתרה על ידי דיסני 2019. ביתו של צ'יק, אשר עתידה להתמנות כצ'יק בעצמה ויוצאת באומץ לב להציל את הכפר ממנו באה.



התמונות של הנסיכות במהלך השנים, לא יכולות שלא להרשים ולהורות על כך שיש מגוון ושוני בראות שלהן, מוצא אתן, צבעי שיער שונים, צבעי עיניים שונים, צבע עור שונה... אך המשותף לכולן בולט כמעט באופן מיידי - כולן רזות ובעלות מאפיינים גופניים דומים.

בעבודת תזה שנכתבה על נושא הערך העצמי והקשרו לנסיכות דיסני, משנת 2019 (1), עולה כי אחת הבעיות העיקריות עם אותן דמויות היא, שלא כל אחת יכולה להיראות כמו נסיכת דיסני. הנסיכות אשר מתאפיינות במאפיינים גופניים אשר רחוקים מלהיות מציאותיים. כמו כן רובן נמצאות בשנות העשרה לחייהן אך גופן אינו מתאים בהכרח לגילן ומתאפיין במאפיינים בוגרים יותר. כך שלצד ההבנה כי נסיכות יש באגדות, החשיפה של ילדות ונערות לאותן הדמויות, עלולה להביא למחשבה כי משהו לא תקין בגוף שלי. עוד עולה בתזה כי על ידי עצם הצגת "מודלים לחיקוי" אלו בפני נערות צעירות, מובילה למחשבה כי אם הן לא מתאימות לקריטריונים המוצגים, הן לא יחיו באושר ועושר, הן תהיינה חייבות להיות רזות ויפות כדי למצוא סוף טוב.

במחקר שנערך אודות השפעת נסיכות דיסני על סטריאוטיפים מגדריים, דימוי גוף והתנהגות פרו חברתית אצל ילדים, משנת 2016 (2), נמצא כי בנות ונשים לרוב מגלמות דמויות סטריאוטיפיות ומיניות בתקשורת ההמונים. תפקידה של התקשורת במהלך הילדות המוקדמת הוא חשוב במיוחד, שכן שנים אלו יקבעו את הבסיס לפיתוח ועיצוב ההבנה המגדרית. התקשורת והמדיה עשויות לפעול כסוכנות חיברות מרכזיות בפיתוח הבנה זו. עוד עולה במאמר כי במטה - אנליזה מתוך 30 מחקרים, מצאו שצפייה בטלוויזיה יכולה לפתח ולחזק את עמדות הילדים לגבי סטריאוטיפים מגדריים, במיוחד, סטריאוטיפים נשיים.

"MIRROR MIRROR ON THE WALL WHOS THE FAIREST OF THEM ALL" לפני שנצלול לשנות ה-80, אי אפשר שלא להתייחס לעובדה כי את המסע של ילדות קטנות, בחשיפה לדמויות נשיות, הן מתחילות כבר בגיל גן. גם אני כצרכנית מדיה בילדותי, נחשפתי לנסיכות האהובות של דיסני, איך אפשר שלא. החל מהיפיפייה הנרדמת, שלגייה, בת הים הקטנה וכלה בפוקהונטס, מואנה ומרידה. הנסיכות מהוות חלק מילדותן ונערותן של צעירות בכל העולם מזה 1000 שנים. רק הגיוני כי ההצגות והסרטים שילדות צופות בהם במהלך התבגרותן יכולים להיות ברי השפעה על האופן שבו הן רואות נשים מגזעים, מגדרים, מראות, צבע עור ומוגבלויות שונות.

הנסיכה הראשונה הופיעה כבר בשנת 1937, שלגייה שמה. כאשר מוטיב עיקרי בסיפור הוא קנאתה של אמה החורגת ביופייה ורצונה להיות היפה ביותר בממלכה, עיסוקה האובססיבי של המלכה במראה (הגברית) התלוייה על הקיר ובאישורה של המראה בנוגע ליופייה עד לכדי האכלת ביתה החורגת בתפוח רעיל כדי למגר את התחרות על המקום הראשון בממלכה.



אם נסתכל על האבולוציה שעברו הנסיכות במהלך השנים, נוכל אולי להסיק כי גם בדיסני גילו הבנה להשפעה של הדמויות האהובות ולחשיבות המגוון שעליהם להציע לקהל הרחב.



כך שעם השנים נוספו נסיכות אשר אינן עונות במאה אחוז על הטייפקאסט הקלאסי, הראשונה שעשתה זו הייתה יסמין מ"אלאדין", בשנת 1992. יסמין הייתה הנסיכה הראשונה שאינה ממוצא אירופאי, והנסיכה היחידה עד כה ממוצא ערבי! יסמין גם הנסיכה היחידה שלא לובשת שמלה, אלא מכנסיים. אחריה הגיעו פוקהונטס האינדיאנית, מולאן הסינית, טיאנה האפרו אמריקאית, רפונזל ומרידה - שהייתה הנסיכה הראשונה לה אין מושא אהבה גברי בסרט.



המפגש הראשון של ילדות צעירות עם דמויות נשיות במדיה - נסיכות דיסני

חשוב לציין כי מעבר לחשש להיות שמן או ההבנה כי אטרקטיביות היא חלק בלתי נפרד מלהיות אישה, כאשר המסרים מופנמים בגיל צעיר הם עלולים לגרום לעיוות המציאות ביחס לתפיסת הגוף, וכפועל יוצא מכך לאי-שביעות רצון ממבנה הגוף וצורתו ולחיפוש אחר דרכים מזיקות לוויסות משקל. כל אלו מובילים לפגיעה בדימוי הגוף ובערך העצמי, ובמקרים מסוימים אף להתפתחות כל הטווח של הפרעות האכילה (8).

לסיכום, הנסיכות של דיסני הן רק ההתחלה, גם הן כמו דמויות אחרות במדיה עברו אבולוציה במהלך השנים, אך יש עדיין לאן לשאוף ורבות לשפר עד שנוכל באמת לנשום לרווחה בכל הקשור לשונות אותה הן מציגות בכל תחום חייהן של הנסיכות ובפרט לנראותן.

לאור המסקנות ובהתייחס לנסיכות של דיסני, המראה הפיזי של הנסיכות היה ועודנו נושא נפוץ בתקשורת החדשות, עיתונות פופולרית וספרות מחקר. הנסיכה האופיינית מצטיירת כצעירה, מושכת, בעלת עיניים גדולות, אף וסנטר קטנים, שדיים גדולים במידה מספקת, עצמות לחיים בולטות, שיער מבריק ושופע, שרירית ובעלת גוון עור אחיד ומחמיא. בנוסף, נסיכות מגלמות בדרך כלל צורה של מדיה "רזה-אידיאלית", כלומר הן מייצגות דמות נשית רזה בצורה לא מציאותית. מחקרים הראו כי כבר בגיל הגן ילדים מתחילים להביע העדפה לסוגי גוף רזים. בנות עד גיל 5 מביעות פחדים מהשמנה וחוששות להראות קשיים בנושא דימוי גופן. ילדים בגיל הגן מודעים לכך ששומן גוף אינו רצוי לנשים וכי זה חשוב לנשים להיות יפות.

סרטי נסיכות דיסני, יכולים להוות הקשר מוקדם שבו ילדות ונערות לומדות שאטרקטיביות במראה היא מרכיב הכרחי של זהות נשית. הסבירות שאותן הנחשפות יאמצו סטריאוטיפים נשיים מסורתיים בעקבות החשיפה לדמויות של הנסיכות גבוהה.



THE OPRAH
MAGAZINE
LIVE YOUR BEST LIFE

Shaw
September 8,
1986



BACK TO
80s



מהו דימוי גוף והגורמים המשפיעים על התגבשותו?

אתנו פוסט במדיה החברתית ולספוג מסרים שונים – האחת תתבונן כ"צרכנית נייטרלית" ותושפע מעט אם בכלל והשנייה יכולה להיות מושפעת באופן שלילי.

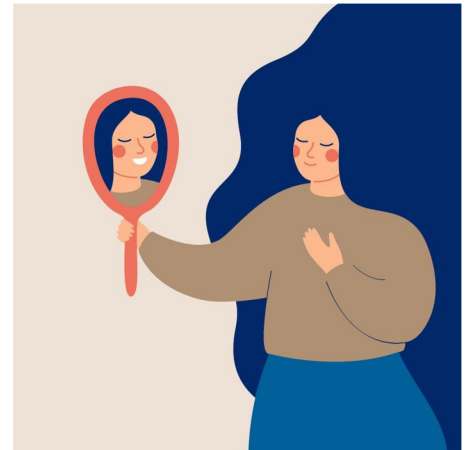
במאמר נוסף הסוקר את הגורמים המשפיעים על בנייתו של דימוי הגוף שלנו (4), מינואר 2021, מציינת הכותבת את התרבות שלנו והמדיה כגורם משפיע על דימוי הגוף. לדבריה, בתרבות המערבית, יש העדפה ברורה למבנה גוף דק יותר עבור נשים. העדפה זו הלכה והתעצמה במיוחד בשנות ה-60. מגמה זו הואצה במהלך שנות ה-80 עם עיתוני נשים, קידום דיאטות וההתמקדות המוגברת במבנה הגוף ובמניפולציה שלו. אפשר לטעון שהיא הגיעה לשיאה (המדיה הקדם-חברתית) בשנות ה-90, בעידן של דוגמניות העל. מאז שנות ה-2000, עם הרבה יותר ערוצי טלוויזיה והופעת המדיה החברתית, הגישה והפצה היומית של תמונות "אידיאליות" השתלטו עד כדי כך שאפשר להציף אותה 24/7 בתמונות, ללא אבחנה או סינון. לצד אותן התמונות האידיאליות, קיימת תגובה נגד מסוימת. כאשר אנשים מקדמים חיוביות ובריאות הגוף בכל גודל. עם זאת, יש עוד דרך ארוכה מאוד לעבור.

גורמים נוספים שעלו במאמר היו: הערך העצמי, ערכים משפחתיים והתמודדות עם הפרעות אכילה בתוך המשפחה, טראומה, פעילות גופנית וקבלה או דחייה ביחס לגופך – אם זכית לשבחים אינסופיים על המראה שלך, הדבר יכול להוביל לאי שביעות רצון גדולה יותר בגוף ולתחושת לחץ לשמור על המראה.

במאמר נוסף אודות הגורמים המשפיעים על דימוי גופנו עלו שוב התרבות והמדיה כגורם משפיע (5). הכותבת ציינה כי אידיאלים תרבותיים של גופים יכולים להשפיע במידה רבה על דימוי הגוף והתקשורת משקפת לעתים קרובות את האידיאלים של הגוף הללו. מחקרים מראים שחשיפה לדימויים של יופי אידיאלי מובילה לעלייה בחוסר שביעות רצון בגוף, לעלייה בדיכאון ולהורדת ההערכה העצמית. תמונות של דוגמניות דקות במיוחד, בעיקר לבנות, במגזינים, בטלוויזיה, בפרסומות או במדיה החברתית יכולות לגרום לאדם לרגשות שליליים לגבי גופו או לחזק רגשות שליליים קיימים לגבי גופו. תמונות אלו יכולות לגרום לאנשים להרגיש שיש להם רגשות שליליים לגבי גודלם, צבע עורם או תכונות פיזיות אחרות שלעיתים קרובות אינן נראות בתקשורת.

מחקר ארוך שנים תיעד את ההשפעה של צפייה במדיה מסורתית ממוקדת מראה על התפתחות חששות בדימוי גוף (6). בתוצאות המחקר עלה כי בשנים האחרונות, אחד הגורמים הנפוצים, לדימוי גוף שלילי היא המדיה החברתית. המדיה החברתית מציגה תמונות שעברו סינון ועריכה ונוטה להראות את רגעי האושר של אדם וחיי. תמונות אלו מקדמות אידיאל מראה לא מציאותי שלא ניתן להשיג בחיים האמיתיים.

לסיכום, דימוי הגוף, אותה תמונה של גופנו כפי שהיא נראית במזנון, אכן מושפעת מגורמים רבים, וכן מתגבשת ומשתנה במהלך השנים. מסקנה נוספת שעולה, למדיה כמו לגורמים משפיעים נוספים, יש תפקיד בעיצובה של אותה תמונה, אך עולה השאלה עד כמה הוא באמת משמעותי?



דימוי גוף היא התמונה של גופנו שאנו יוצרים במוחנו: איך אנחנו תופסים את גופנו. מושג פלסטי שנבנה מכל ההתנסויות הגופניות והנפשיות שלנו וכן מתוך התייחסות האחרים אלינו. כולל עמדות ומשאלות כלפי הגוף (לימודי שפת האכילה).

דימוי הגוף שלנו מתחיל להיבנות עם הולדתנו, דרך מגע גופנו בסביבה ודרך התייחסות המבוגרים המשמעותיים בחיינו. כאשר אנו גדלים, הופכים החברים, קבוצת השווים שלנו, בני אותו גיל לאלה שגם דרך התייחסותם אנו משנים את דימוי הגוף שלנו.

אז מה בעצם משפיע לנו על דימוי הגוף, אילו גורמים עוזרים לנו לבנות דימוי גוף חיובי או שלילי לגבי עצמנו?

במאמר באתר "נשים רצות" (3), ינואר 2022, נכתבו הגורמים הבאים כמשפיעים על דימוי גופנו:

♥ הגידול שלנו – בדרכים עקיפות ולעיתים אף ישירות להורים שלנו

♥ חלק גדול בבניית דימוי הגוף שלנו

♥ מאמני ספורט שליוו אותנו

♥ עמיתים – חברים, בני זוג, קולגות לעבודה ועוד.

היות זה הטבע האנושי להשוות בין לבין אחרים, כך שאם כל אחד במעגלים החברתיים שלך הוא באותו גודל וצורה, את תרגישי אחרת לגבי הגוף שלך. מאשר אם את מקיפה את עצמך בגיוון.

♥ גורם נוסף שמשפיע הוא המדיה – מגזינים וטלוויזיה מציגים לרוב

סוגי גוף לא מציאותיים או מקדמים "תרבות דיאטה" – מסרים המשווים

ירידה במשקל וגופים רזים עם סגולה בריאותית ומוסרית. אותה מדיה

כוללת בתוכה את הרעיון שאת "עושה משהו נכון" אם את מנסה לרדת במשקל.

♥ הרקע שלך – התרבות ממנה הגעת

♥ הביולוגיה שלך

♥ הפרעות אכילה

♥ פציעות גופניות

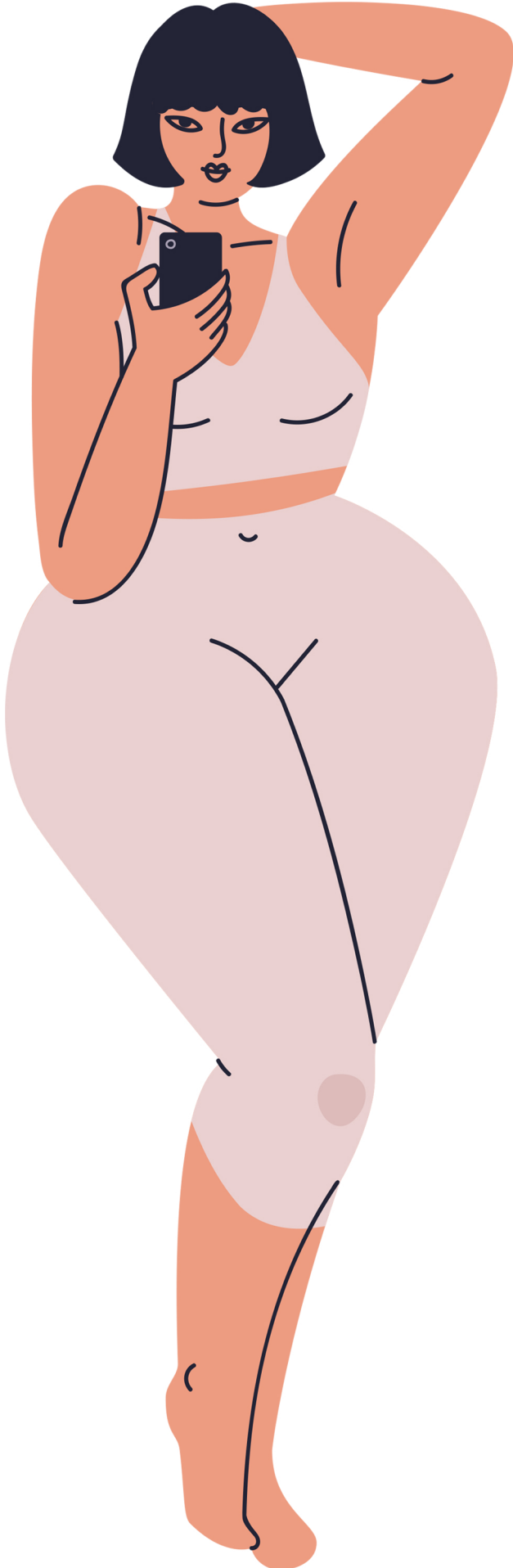
♥ האבולוציה שלנו

♥ ואחרון חביב – אנחנו! התגובה שלנו לכלל הגורמים, לאותם הכוחות הפנימיים והחיצוניים הללו, יכולה להגביר או למזער את השפעתם עלינו.

בנוסף הסבירה הכותבת כי ההשפעה של כל אחד מהגורמים הללו

מותאמת אישית, אינדיבידואלית. לדוגמה, שתי נשים יכולות להסתכל על

ההשפעה שיש למדיה על דימוי גוף



מקומה של המדיה כגורם משפיע על דימוי הגוף שלנו בוסס היטב הודות לכתבה הקודמת, בנוסף ברור כי דימוי הגוף שלנו מושפע גם מגורמים נוספים. בכתבה הנוכחית נתמקד אך ורק במדיה כגורם משפיע ואנסה להבין מהי מידת ההשפעה של אותו גורם בודד, אם בכלל!?

טלוויזיה מהווה חלק עיקרי ממרכיביה של המדיה הפופולרית במהלך השנים, במחקר "שדה הטלוויזיה לילדים בישראל" הנערך במחלקה לתקשורת (המכללה האקדמית ספי, נובמבר 2019) (7), נמצא כי שיעור ניכר מהדמויות האנושיות שהוצגו בטלוויזיה לילדים היו רזות או רזות מאוד (41.4%). רוב מובהק בקרב הדמויות הרזות היו נשיות. בנוסף, רק דמויות מעטות היו דמויות שמנות או שמנות מאוד (6%) ואלו היו בעיקר דמויות גבריות. בתבונות המחקר הומלץ כי כאשר מלהקים דמויות לסדרה או מעצבים דמות מצוירת, היוצרים צריכים לעשות מאמץ להציג מגוון דימויי גוף. ילדים שואבים דימויים רבים מן המסך, ומידע מחקרי עשיר מקשר בין האדרה תרבותית של רזון והיפר-מיניות להפרעות אכילה ולדימוי עצמי נמוך בעיקר אצל בנות. ייצוג ריאליסטי של מגוון סוגי הגוף האנושי עשוי לתרום לביטחון עצמי של הצופים, לקבלה של העצמי ולסובלנות כלפי האחר.

למדיה באופן כללי, השפעה רבה עלינו. במאמרה של יעל לצר על תפקיד המדיה בהתפתחות הפרעות אכילה (8), משנת 2016, מסבירה הכותבת כי השפעתה של המדיה יכולה להיות מוסברת על ידי שלוש תיאוריות עיקריות:

1. תאוריית השוואה החברתית Social Comparison

התאוריה טוענת כי האדם מעריך את עצמו באמצעות השוואה חברתית מתמדת מול אחרים הדומים לו וקרובים אליו או מול כאלה הנחשבים מושכים בעיניו. האדם מטבעו משווה את דעותיו ויכולותיו עם אחרים הדומים לו, ודרך השוואה זו הוא מגבש את הערכתו העצמית.

2. תאוריית ההפנמה Internalization

תאוריה זו מסבירה כי ההפנמה משתלבת בתאוריית השוואה החברתית ומתארת את תהליך ההפנמה הלא מודע של המסרים המועברים על-ידי המדיה והופכים אותם למציאות אותה אנו חיים. על-פי התאוריה, ככל שאנו נחשפים יותר למדיה, כך נראה את המסרים ואת הדימויים המשודרים כאמיתיים וכניתנים להשגה. המסרים השגויים מופנמים והופכים למציאות ומטשטשים את האבחנה בין מציאות לדמיון.

3. תאוריית ההחפצה Objectification

המסרים החברתיים והתקשורתיים הרווחים כיום, המדגישים את הרזון כאידיאל היופי, גורמים לחברה להתייחס לנשים כאל חפץ וכפועל יוצא מכך, גורמים לנשים להתייחס לעצמן כאל חפץ, כאשר מוחפצות, נשים תופסות את תחושת הערך העצמי שלהן כמבוססת בעיקר על המראה החיצוני שלהן, ובהתאם לכך מבקרות את עצמן. לתהליכים אלו יש השלכות פסיכולוגיות שליליות, ובכללן פתולוגיה הקשורה באכילה, אי-שביעות רצון מהגוף והערכה עצמית ירודה.

ההשפעה שיש למדיה על דימוי גוף

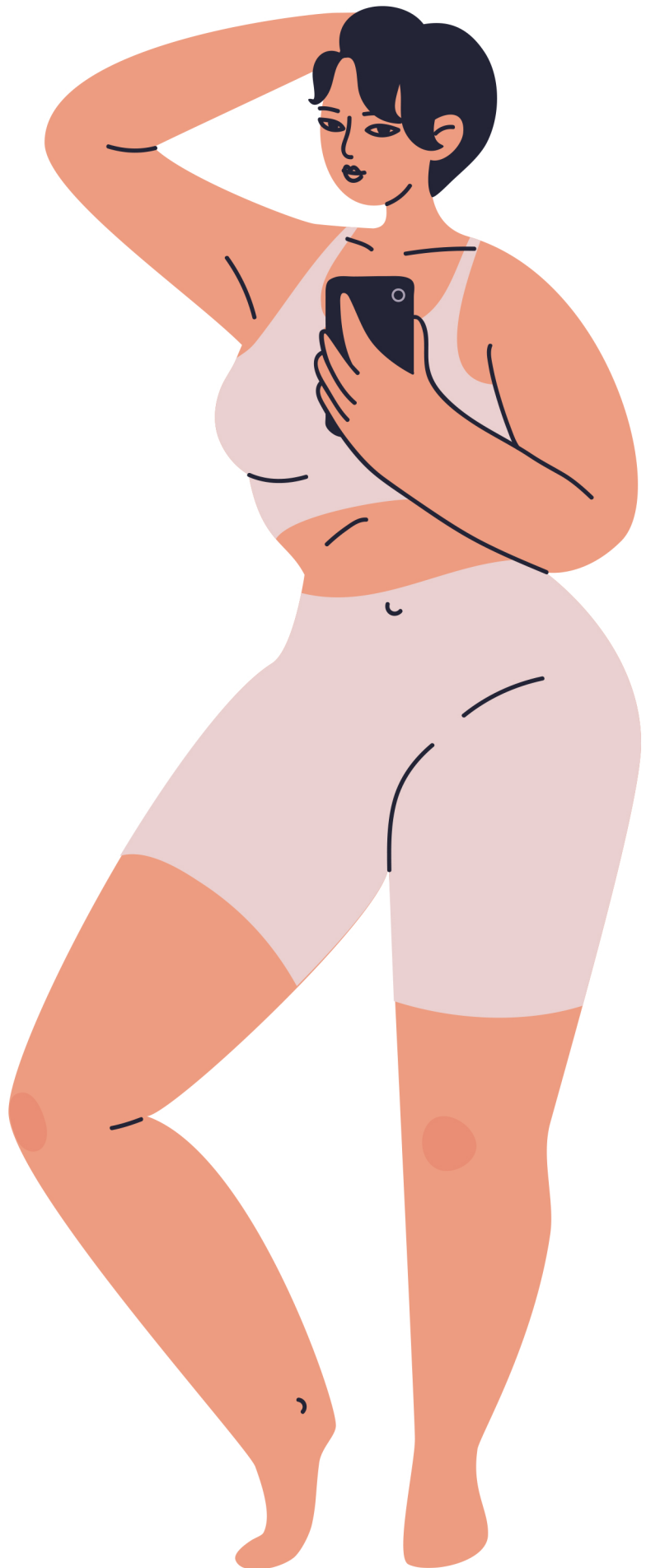


אם כך מטבענו אנחנו עסוקים בהשוואה, הפנמה והחפצת עצמנו מול אידיאלים אשר הקשר ביניהם לבין המציאות, מקרי בהחלט. ניתוח תוכן של דמויות נשיות מראה הטיה למשקל גוף הרבה מתחת לגודל ומשקל המומלצים לאנשים בקבוצת הגיל שלהם. כתוצאה מכך, נשים מתבגרות שאינן מסוגלות להתאים את עצמן לאידיאל שמציגים סרטים וטלוויזיה עלולות למצוא את עצמן נוקטות באמצעים קיצוניים כדי להראות יותר כמו המודלים לחיקוי שלהן. כך עולה ממאמר שמתייחס לקשר בין חשיפה למדיה והרעיון של "גוף מושלם" (9). רוזן שמוצג כמבנה הגוף האידיאלי ותנאי הכרחי לבריאות ואושר, יכול להביא לכך שכל מי שנפול מהאידיאל הזה יכול להיות פגיע לדיכאון, הערכה עצמית ירודה וחוסר שביעות רצון כללית בגוף. ההשפעה של תוכן מדיה על רעיונות של יופי פיזי נראית חזקה להפליא כאשר נשים מדווחות על תחושות גדולות יותר של חוסר התאמה ללא קשר למשקל גופן האמיתי.

מחקר שפורסם לאחרונה בכתב העת *Journal of Media Psychology*, שנערך על ידי שני חוקרים ישראלים, בדק את השפעת החשיפה לתקשורת על דימוי הגוף אצל מתבגרים צעירים (10). המחקר התמקד בבני נוער מאחר שהם פגיעים במיוחד להשפעה תקשורתית בשל השינויים הביולוגיים שעובר גופם במהלך ההתבגרות. השפעות התקשורת ממלאות תפקיד חשוב גם בפיתוח אישיות, בלחץ חברתי ובפיתוח תחושת זהות כאשר מתבגרים עושים את המעבר לבגרות צעירה. התפתחות המוח במהלך ההתבגרות פירושה גם מורכבות קוגניטיבית גדולה יותר וצורך בפיתוח אינדיבידואליות. המחקר בדק את הקשר בין חשיפה תקשורתית ודימוי גוף של מתבגרים צעירים. הוא יישם את תיאוריית ההשוואה החברתית על חקר דמויות טלוויזיה אהובות, הרחבה מקורית של מחקר עבר על תהליכי השוואה חברתית כללית.

התוצאות הראו כי חשיפה תקשורתית ניבאה לרעה את דימוי הגוף הן ישירות והן בדרך עקיפה (מתבגרים אשר ניהלו יחסי חברות עם דמויות דמויותיהן האהובות והשוו את עצמם אליהם). השוואה חברתית עם דמויות אהובות נמצאה כמנבאת דימוי גוף שלילי עקב חוסר ההתאמה והפערים בין הדמויות למתבגרים במציאות.

כאשר מתבגרים משווים את עצמם לדמות אהובה בסרט, טלוויזיה או משחק וידאו, הם נוטים להסתמך על שלושה מניעים כדי לעמוד באידיאל המוגדר עבורם – הרצון להעריך את מעמדם ביחס לאחרים, ניסיון לפתור מצב או לשפרו והרצון להרגשה עצמית טובה. כך גורס מחקר אודות מודל ההשפעה המשולשת על דימוי גופן של מתבגרות והופעתן של הפרעות אכילה (11). תלמידי חטיבת ביניים התבקשו לבחור דמות חד מינית מועדפת – הדמויות הנבחרות נותחו ונמצאו מאפיינים משותפים, נבדקה כמות השעות בהן בילו המתבגרים בצפייה בטלוויזיה, בגלישה באינטרנט ובמשחקי וידאו ובנוסף נבדקה מידת ההשוואה בין המתבגרים לדמויות הנבחרות. התוצאות לא היו מפתיעות – מבנה גופן של רוב הדמויות הנבחרות היה רזה ודמויות בעלות מבנה גוף שמן יותר נחשבו כלא אטרקטיביות. בבדיקה של ההשוואה החברתית עם דמות מועדפת, עלה כי קיים קשר ישיר ומשמעותי בין ההשוואה לרמת חוסר שביעות הרצון מהגוף (דימוי גוף שלילי). יתרה מזאת, מתבגרות הראו חוסר שביעות רצון גדול יותר ממשקל הגוף בפועל ודימוי הגוף נראה קשור לסבירות להתנהגות דיאטה בשנה הקודמת. ככל שהקשר הנתפס עם הדמות האהובה חזק יותר, כך גדלה המוטיבציה להיות כמותה ככל האפשר, כולל מבחינת מבנה הגוף.



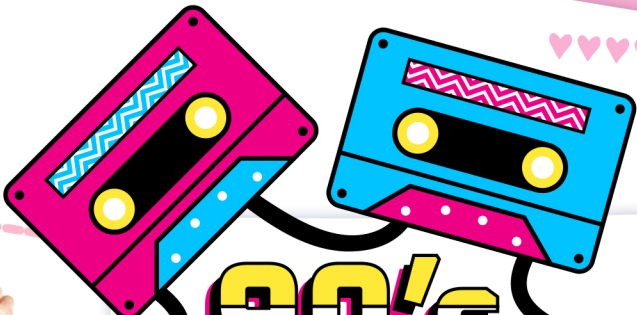
ההשפעה שיש למדיה על דימוי גוף



לצד השיח על דימוי הגוף, אי אפשר שלא להתייחס להקשר הישיר המגיע כתוצאה מהשוואה בלתי אפשרית לדמויות "אידיאליות" אשר דמותן לעיתים אינה מציאותית או רחוקה מלהיות המציאות של אותו מתבגר או מתבגרת. שכן לא מפתיע כי בעשורים האחרונים עלתה באופן משמעותי שכחותן של הפרעות האכילה בעולם המערבי והיא מגיעה כיום לממדים אפידמיים. הפרעות אלה תוקפות בעיקר נערות ונשים צעירות בתקופה מכרעת בחייהן מבחינה התפתחותית (8). המודל החברתי-תרבותי מסביר בצורה הטובה ביותר את התפתחותן של הפרעות אלו וטוען שמסרים ונורמות חברתיות - תרבותיות, בעיקר בהקשר לאידיאל הרזון, הם בעלי השפעה משמעותית על התפתחות וקיומו הפרעות אלה. לרוב, המסרים מועברים דרך אמצעי התקשורת השונים ומשפיעים בעוצמה רבה בעיקר על ילדים ומתבגרים, קהל תמים ולא ביקורתי. מסרים אלה קוסמים במיוחד לילדים ולמתבגרים גם משום שהם נתונים תחת לחץ מתמיד להתאים עצמם לנורמות חברתיות. מתבגרים פעילים מרבית זמנם ברשתות החברתיות בהן הופעתם החיצונית היא בעלת חשיבות רבה. אותם המתבגרים אינם לוקחים פעמים רבות בחשבון את כניסתן של תוכנות העריכה המרובות המציגות מצג שואו ולא מציאותי. התמונות עוברות עריכה, לעיתים מסיבית, ויוצרות תמונה בלתי אפשרית להשגה. מתבגרים שאובחנו עם הפרעות אכילה חמורות כגון אנורקסיה נרבוזה ובולימיה מדווחים לעתים קרובות שניתן לקשר את הסימפטומים שלהם לבריונות שהם מקבלים לעתים קרובות מבני גילם, כמו גם לתמונות הלא מציאותיות, המופיעות במדיה ומוצגות כאידיאל עבורם לעקוב אחריהם (9).

"תיקי פייסבוק", סדרת התחקירים שהוכנה על ידי מגזין וול סטריט ז'ורנל, אודות הרשת החברתית הותיקה והראשונה בעולם, הציף מחקרים שנעשו על ידי החברה עצמה אודות הקשרים בין החשיפה לאינסטגרם או פייסבוק והשפעתם על המשתמשים. בכתבה ב- (12) YNET העלתה הכותבת את ממצאי המחקרים כפי שעלו בתחקירים. החברה מצאה כי החשיפה לאינסטגרם עלולה להוביל לתפיסת דימוי גוף שלילית בקרב מתבגרים, וכן לעודד הפרעות אכילה, דיכאון ומחשבות אובדניות. מתבגרות חשופות במיוחד למחיר המנטלי שעלול להתלוות לשימוש בפלטפורמה, שבה התמונות ערוכות ומקדמות סטנדרט של מראה בלתי ניתן להשגה. בתחקיר התפרסמה מצגת פנימית של החברה, משנת 2019, אשר מגלה כי החשיפה לאינסטגרם הופכת את סוגיית דימוי הגוף לגרועה יותר עבור אחת מכל שלוש מתבגרות. מצגת נוספת חשפה כי 32% מהמתבגרות שהרגישו רע מלכתחילה לגבי הגוף שלהן - הרגישו גרוע יותר לאחר השימוש באינסטגרם, וכי 40% מהנערים חווים השפעות שליליות כתוצאה מהשוואה חברתית בזמן השימוש ברשת.

אמנם המסקנות שנחשפו אודות התחקיר שנערך אינן חדשות, אך מצער בעיקר להבין כי הבדיקות הללו שנערכו בחברת פייסבוק עצמה, מובילות באופן חד משמעי להבנה כי לחשיפה לרשתות הללו יש השפעה הרסנית על הדור הבא, הבנה על הנזק שהחשיפה גורמת, זאת לצד אטימות ושום רצון לרגולציה בתחום או שינוי מטעם החברה עצמה, אשר אחראית לכך. סדרת התחקירים אמנם עשתה רעש רב, אך עד כה לא נלקחו צעדים משמעותיים לתקן את העול שנעשה. אם כך ולאור כל הכתוב למדיה חלק נכבד לא רק בבניית דימוי הגוף שלנו, אלא היא לוקחת חלק פעיל בעיוות המציאות ביחס לתפיסת הגוף, באי-שביעות רצון ממבנה הגוף, במרדף אחר ניסיון להשגת מבנה גוף אשר אינו מציאותי עד לכדי פגיעה ממשית ופיזית בגופנו.



90's REWIND



מהי שמנופוביה?



ההכתבה החברתית של הצורך לרזות, יוצרת התייחסות אל שמנות כאל כשלון, כמעט התרסה אל מול האידיאל הקפיטליסטי של השאיפה להצלחה. מכלול הדעות הקדומות המרכיבות סטיגמה שלילית זו, מכונה סטיגמה כנגד משקל או שמנופוביה. על בסיס הסטיגמה כנגד השמנה נוצרת אפליה – סייזם – SIZEISM, הבאה לידי ביטוי בתחומים רבים בחייהם של אנשים שמנים.

במאמר על נושא סטיגמת ההשמנה, אשר פורסם ברחון של האגודה האמריקאית לפסיכולוגיה (14), עולה כי יחד עם כל השינויים האחרים שהיא חוללה, מגיפת COVID-19, נקשרה כעת לעלייה במשקל בקרב ילדים, מתבגרים ומבוגרים. השינויים הפיזיים הללו גובים מחיר פסיכולוגי, מכיוון שסטיגמת המשקל – הטיה כלפי אנשים בגלל גודל גופם נמצאת גם היא במגמת עלייה. יותר מ-40% מהמבוגרים בארה"ב, מדווחים כי הם חווים סטיגמה במשקל בשלב מסוים בחייהם. כמו צורות אחרות של הטיה ואפליה, סטיגמת משקל, מובילה לסבל ולמצוקה פסיכולוגית. SIZEISM מגביר את הסיכון של אדם לבעיות נפשיות כמו שימוש בחומרים ממכרים ואובדנות. סטיגמת משקל מערערת גם התנהגויות בריאותיות וטיפול מונע, גורמת לאכילה מוגברת, הפרעת אכילה, ירידה בפעילות גופנית, הימנעות משירותי בריאות ועלייה במשקל. מבוגרים מתמודדים עם SIZEISM בעבודה, במשרדו של הרופא ובמערכות יחסים רומנטיות. בבית הספק, SIZEISM נמצא בראש רשימת הסיבות שבגללן מציקים לילדים. ובניגוד לצורות רבות אחרות של הטיה שרווחות בתרבות האמריקנית – כולל גזענות, סקסיזם וגילנות – אפליה על בסיס גודל גוף היא חוקית כמעט בכל מדינה.

שמנופוביה היא אפליה המופנית כלפי אנשים בעלי עודף משקל, על פי רוב בעקבות תפיסה סטריאוטיפית, אשר לפיה תכונות שליליות משויכות לבעלי עודף משקל. האפליה מתבטאת בהתייחסות מילולית, בפגיעה פיזית או במניעת יחס שוויוני בתחומי החיים השונים (לימודי שפת האכילה).

מהי סטיגמה/ תפיסה סטריאוטיפית? לקיחת תכונה חיצונית של אדם ועל בסיסה להסיק עליו מסקנות ולשייך לו תכונות נוספות, לרוב לא טובות.

גישה בריאותנית, זו התופשת אנשים שמנים כלא בריאים, התקבעה כל כך בחברה המערבית עד שכיום היא מתקבלת כמובנת מאליה ללא צורך בהסברים – למרות שמחקרים רבים הנעשים בשנים האחרונות מוכיחים שהיא אינה נכונה או לכל הפחות אינה מדויקת, כך עולה בעבודת מחקר שנכתבה בשנת 2017 אודות מתמודדות שמנות בתוכנית ריאליטי פופולרית (13). על בסיס הגישה, נוצרה סטיגמה חברתית שלילית כלפי אנשים שמנים. הקישור החברתי בין אנשים שמנים לאוכל, מסווה תפישה חברתית שלילית שלאנשים יש גוף שמן מפני שהם גרגרנים ואוכלים יותר מדי – קרי הם בעלי מוסר לקוי. אנשים שמנים שאינם חפצים לרזות נתפסים כחריגים באופן קיצוני ואילו אלו שמנסים לרזות אך אינם מצליחים נתפסים כעצלנים וחסרי כח רצון. גוף שמן נתפס כלא אסתטי ומכוער ובעקבות כך כבלתי מושך מינית וכמכשול להשגת זוגיות.



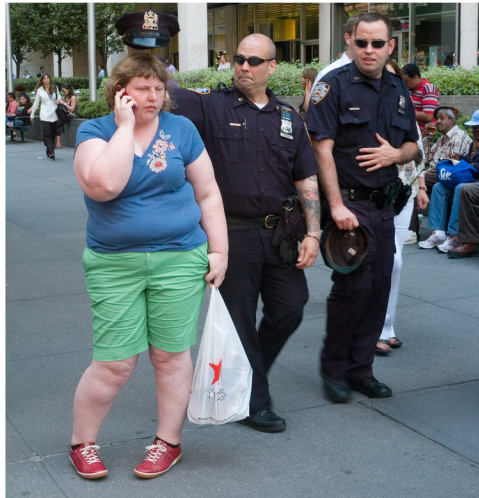
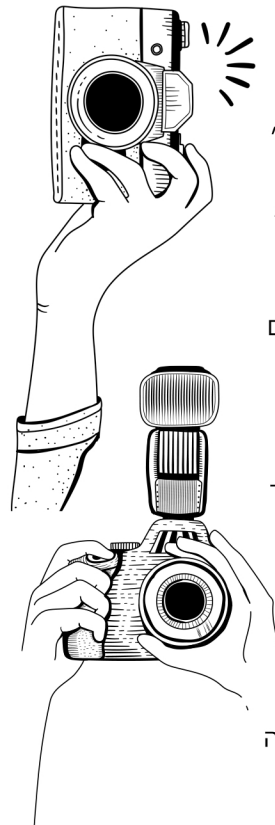
מהי שמנופוביה?

כשהצלמת היילי מוריס-קפיירו (Haley Morris-Cafiero) הציגה צילומים שבהם נראים אנשים לועגים לה/נדרחים ממנה/מסתכלים עליה במבטים מלאי רגשות שליליים - במקומות ציבוריים הומים - משום שהיא שמנה מאוד, סדרה שהיא כינתה בשם "Wait Watchers", התגובות ברשת היו, כצפוי, זועמות (15). מוריס - קפיירו קיבלה אלפי תגובות נזעמות מאנשים שהתנדבו להסביר לה, שכל עוד היא שמנה אין לה זכות לפתוח את הפה, שהגוף שלה הוא עלבון ושלהביט בה זו חוויה שעולה להם בבריאות.

היילי לא עצרה שם ואף צילמה סט תמונות חדש בו היא מציגה את אותם בריוני הרשת באופן המגיע להם.

הצצה קצרה בתמונות של היילי מדגישה עד כמה אנחנו עוד רחוקים מהמטרה הרצויה, מאותה ההבנה שמשקל כמו כל מאפיין גופני/פיזי אחר שלנו, הוא שלנו, חלק מאיתנו ולא נחלת הכלל או עניינו! היילי ניסתה להציף את הכוח שיש לרשת והקלות הבלתי נסבלת של אותם בריונים המסתתרים מאחורי המקלדת לכתוב את כל העולה על רוחם, ללא כל מחשבה או סינון.

שמנופוביה קיימת, חיה ובוועטת ולא רק ברשתות החברתיות, אלא במדיה כולה, מה שמעביר אותי לנושא הבא - שמנופוביה במדיה...





שמנופוביה במדיה



במחקר נוסף שנערך אודות ייצוגן של דמויות שמנות בטלוויזיה המסחרית (18), בדקו החוקרים את ההתפלגות הכוללת של סוגי גוף בפריים-טיים. התוצאות היו כי בטלוויזיה, 3 מתוך 100 נשים הוגדרו עם השמנת יתר לעומת המציאות בה 1 מכל 4 נשים מוגדרת כך. בנוסף נמצא כי בעוד ש-5% מכלל הנשים במציאות סובלות מתת משקל, כמעט 1 מכל 3 מוצג בטלוויזיה היו בתת משקל. התוצאות מראות את ההזנחה ההשוואתית של אנשים הסובלים מעודף משקל בטלוויזיה. מתוך 1018 דמויות טלוויזיה מרכזיות, 14% מהנשים ו-24% מהגברים סבלו מעודף משקל או השמנת יתר, פחות ממחצית האחוזים שלהם באוכלוסייה הכללית. נשים עם עודף משקל והשמנת יתר היו פחות סבירות להיחשב כאטרקטיביות, לקיים אינטראקציה עם בני זוג רומנטיים או להפגין חיבה פיזית. גברים הסובלים מעודף משקל והשמנת יתר נטו פחות לקיים אינטראקציה עם בני זוג וחברים רומנטיים או לדבר על היכריות והיו בעלי סיכוי גבוה יותר שיראו אותם אוכלים.

מסקנות המחקר אם כן הראו כי דמויות טלוויזיה עם עודף משקל והשמנת יתר קשורות למאפיינים שליליים ספציפיים. דמויות גדולות יותר נטות יותר להיות בני מיעוט אתני, מבוגרים, נשואים ומובטלים. כמו כן, סביר יותר שהם יתארחו בתוכניות ויוצגו בקומדיות, לעומת דרמות. אותן הדמויות נוכחות בתדירות נמוכה יותר וסביר יותר שיהיו מלוהקים לתפקידים מחוץ לזרם המרכזי.

חשיפה לתוכן מדיה מוטה במשקל בו קיים ייצוג יתר של פרטים רזים, שימוש בהומור הקשור למשקל, והפצת מידע מוטעה על גורמים לעודף משקל והשמנה, יכולים לחזק עמדות שליליות בנושא, כך פורט במאמר אודות ההשפעות שיש לסטיגמות הרווחות במדיה על אנשים שמנים (19). קמפיינים של תקשורת המונים לבריאות הציבור יכולים גם הם להנציח סטיגמטיזציה ולהגביר את הסיכונים של התנהגויות לא בריאות באמצעות השימוש ברטוריקה נגד שומן. בהתאם, ארגון הבריאות העולמי והקונצנזוס המשותף של "יום ההשמנה העולמי" לשנת 2020 קראו לביצוע מחקר, ליהיו ולשיפור גישות מדיניות וגישות חקיקה בכדי להפחית את סטיגמת המשקל בתקשורת המונים.

לסיכום, אם נסתכל על אותם הייצוגים של דמויות שמנות במדיה הפופולרית, עולה תמונה מדאיגה, כזו שלא משאירה כל כך מקום להיות מעודדים אודות השינויים שכן מורגשים בשטח. ניתן לומר ולכתוב רבות על הרשתות החברתיות לחיוב ולשלילה. אם נסתכל לרגע על הצד החיובי, הפלטפורמות ה"לא מסוננות" שהן מעניקות, מביאות למגוון רחב יותר של אוכלוסיות אשר יכולות לבוא לידי ביטוי, שלא כפי שהן מוצגות במדיה הפופולרית. מחקר על חשיפה לדמויות מגוונות (20), בפרט לדמויות PLUS SIZE נמצאו בקשר ישיר לשיפור בדימוי הגוף. מסקנתנו הייתה שתוכן חיובי סביב מבני גוף מגוונים ובפרט לדמויות שמנות, עשוי להציע דרך פורה לשיפור דימוי הגוף של נשים צעירות.

אותה התפיסה הסטריאוטיפית שמספרת לנו כי לאנשים שמנים יש תכונות שליליות מופיעה כאמור בצורות שונות – מילולית, פגיעות פיזיות, מניעת יחס שוויוני, בריונות, הדרה מתחומי עניין מסוימים וכמובן במדיה הפופולרית שעוטפת את חיינו מכל כיוון, היום יותר מאי פעם.

הסתכלות על ייצוגים טלוויזיוניים וקולנועיים של אנשים שמנים מעלה באופן בולט במיוחד את נושא השמנופוביה והסטייזם (SIZEISM). הגוף השמן נתפש לרוב כגוף 'פגום' הדורש תיקון והוא שוב ושוב מודר ומזכיר סמלית מן המדיה, עד כדי שגופים שמנים, מכל המגדרים, כמעט שאינם מוצגים, כך עולה מהמחקר ב2017 (13).

במאמר אודות סטיגמת המשקל ברשתות חברתיות (16) עולה כי תפקידה של המדיה החברתית בהקלה והחרפת הטיית משקל זכה לתשומת לב גוברת. ההשפעה הקריטית של המדיה החברתית בעיצוב אמונות עשויה להוביל גם להפנמה של סטיגמת משקל. אותה המדיה החברתית יכולה לשמש גם כסוכן חיובי לשינוי. זאת בעקבות תנועות כמו BODY POSITIVE ו-HAES אשר עזרו להתמודד עם סטריאוטיפים שליליים ולספק מרחבים מכילים יותר והוסיפו מגוון לתכנים שהיו קיימים עד כה.

הדעות הקדומות מהן סובלים אנשים שמנים עשויות להיות חלקיות בגלל האופן שבו התקשורת מציגה אנשים שסובלים מהשמנת יתר. במחקר שנעשה על נושא הצגת אנשים שמנים במדיה, החוקרים דיווחו על הממצאים שלהם לגבי ה-BMI של שחקני טלוויזיה לאחר שנתיחו 5 פרקים של 10 תוכניות הפריים טיים המובילות. בהשוואת ה-BMI של שחקני טלוויזיה לזה של הציבור האמריקאי, הם גילו שרק 25 אחוז מהגברים בטלוויזיה סובלים מעודף משקל או השמנת יתר, לעומת כמעט 60 אחוז מהגברים האמריקאים. הנתונים הסטטיסטיים מדהימים אפילו יותר עבור נשים. כמעט 90 אחוז מהנשים בטלוויזיה היו במשקל נורמלי או מתחתיו, בהשוואה ל-50 אחוז בלבד מהנשים האמריקאיות. כך פורסם בירחון האגודה האמריקאית לפסיכולוגיה (17).

תוכניות טלוויזיה פופולריות הכוללות אנשים שסובלים מהשמנת יתר מציגות אותן כדמויות קומיות, בודדות או כ"פריקים". לדוגמה התוכנית "בטי המכוערת" מתמקדת באישה צעירה עם עודף משקל, שלמרות שהיא מרגישה בנוח עם המשקל שלה, לעתים קרובות לועגים לה על גודלה וסרבולה. ואם נחזור קצת אחורה בזמן, אי אפשר שלא להתייחס ל"רחאן", שהייתה קולנית, מגעילה ומרושלת במראה שלה. רק לעתים נדירות אם בכלל דמויות שמנות תוצגנה כדמויות רומנטיות בעלות זוגיות מצליחה, עורכי דין או רופאים מצליחים, או ככוכבי פעולה/גיבורי על. דוגמה נוספת היא תוכניות הריאליטי הרבות בטלוויזיה שבהן נשים נאבקות על חזה דוגמנות. לעתים קרובות יש דיון שלילי ניכר על המתמודדים (האחד או שניים) שיש להם "משקל נוסף" ולכן חסר להם מה שנתפס כגוף של דוגמנית, ורק דוגמנית אחת במידות גדולות זכתה בתחרות כזו בעבר. כל זאת פרש לנגד עינינו במדיה, למרות שבמציאות קיימים אנשים רבים, מצליחים, שמוגדרים כבעלי עודף משקל והשמנת יתר בחברה של היום



2000 Dance Party

תנועה של שינוי באוויר – העשור האחרון

2008 דוגמנית פלאסייז ראשונה שזוכה בתוכנית טלוויזיה "AMERICAS NEXT TOP MODEL" – ויטני תומפסון



לאור כל הכתוב עד כה, בחרתי להסתכל גם על חצי הכוס המלאה (חצי הכוס ה- PLUS SIZE), זאת היות ובמהלך השנים היו נקודות תפנית ובעיקר בעשור האחרון, משנת 2010 ואילך, אשר הותירו חותם והעלו שפה חדשה על המפה שטופת שפת הדיאטה שבה אנחנו חיים. אסקור מספר נקודות חשובות במהלך הדרך, אשר תרמו דווקא לחיזוק דימוי הגוף שלי בפרט ולשיפור הדעה הרווחת על נשים שמנות בעיניי ולהנחתי גם בעיניי אחרות. שינוי הוא תהליך, הוא דורש אורח רוח, סבלנות ואמונה עיוורת במטרה, אמר את זה טוב יותר לפני מרטין לותר קינג ג'וניור -

"Change does not roll in on the wheels of inevitability, but comes through continuous struggle."



1986 התוכנית הראשונה של אופרה עולה לאויר



1993 התוכנית glee עולה לאויר – אמבר ריילי בתפקיד-מרסדס, דמות ראשית



1993 ריקי לייק עולה לאויר



2004 דאב יוצאים עם קמפיין "נשים אמיתיות"



2015 סס הולדי עולה לראשונה על קאבר של מגזין –
ובנוסף מככבת בקמפיין אופנה של הרשת H&M



1993 מגזין ספורט אילוסטרייטד מעלה על הקאבר לראשונה
דוגמנית לפלאס סייז – אשלי גרהם



2010 ELLE מגזין – מעלה על הקאבר את סיבידי גבורי



2014 דניס בידוט

In 2014, Denise Bidot became the first plus-size model to walk two runway shows at NYFW.





2019 הדוגמנית פלאסייז הראשונה של ויקטוריה סיקרט – אלי טייט



2018 ריי שגב על מגזין בלייזר הישראלי לראשונה בארץ – דוגמנית במידות גדולות



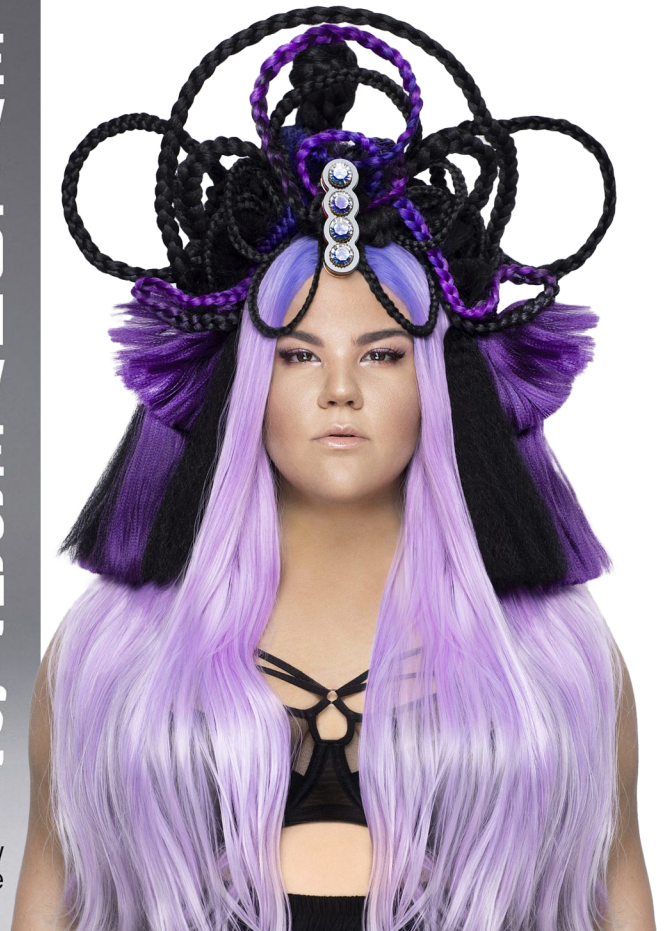
2020 ליזו על קאבר של מגזין ווג

2018 נטע ברזילי זוכה באירוויזיון - מככבת על קאברים של מגזינים בכל העולם



“I THINK IT’S LAZY FOR ME TO JUST SAY I’M BODY POSITIVE AT THIS POINT. IT’S EASY. I WOULD LIKE TO BE *BODY-NORMATIVE*. I WANT TO NORMALIZE MY BODY. AND NOT JUST BE LIKE, ‘OOH, LOOK AT THIS COOL MOVEMENT. BEING FAT IS BODY POSITIVE.’ NO, *BEING FAT IS NORMAL.*”

Lizzo, in her cover interview with Vogue Magazine





2022 היפים והנכונים לשנת 2022 - מאיה לנדסמן מקום ראשון



במקום הראשון ברשימת "היפים והנכונים"

מיה לנדסמן

זה מאוד חדש
שאפשר להיות שמנה
ובמקום הראשון

2022 תוכנית הטלוויזיה של ליזו עולה לאויר ובטקס פרסי האמי השנתי קוטפת 3 פרסי אמי!



prime video

LIZZO'S WATCH OUT FOR THE BIG GRRRLS



גם היום, אחת הדמויות המוערכות בעיניי היא קייט מ"החיים עצמם", לראשונה שהעזו ללהק לסדרת דרמה ברשת טלוויזיונית ראשית, דמות שמנה מאוד. קייט כדמות, מדברת ונוגעת בנושא המשקל שלה לאורך העונות (יותר או פחות) כחלק ממי שהיא ומהמסע שהיא עוברת בחייה. בחיפוש קצר מאוד באינטרנט אודות הדמות הכתבות הראשונות שעלו, לא היו אודות התפקיד שזיכה אותה באמי ולא אודות הייחודיות של הדמות וכישורי המשחק האדירים של קריסי מץ אלא אודות הירידה שלה במשקל לאחר סיום הסדרה וכמה יפה היא מצליחה לשמור על אותה הירידה כבר שנתיים. מיותר לציין כי תמונות של לפני ואחרי הופיעו כמו פטריות אחרי הגשם.



אז אני באמת תוהה, האם השינוי המיוחל כבר כאן? האם אני באמת יכולה להיות רגועה כאם לילדה שעתידיה להיחשף לאותה המדיה? האם באמת יש ויהיו לה יותר אופציות מאשר שלי היו? כששאלתי מספר נערות צעירות סביבי את מי הן מעריצות, למי הן נושאות את עיניהן התשובות לא הפתיעו ולא אשקר כי מעט העציבו אותי. דמויות כמו נועה קירל, אגם בוחבוט, ביילי אייליש, אריאנה גרנדה, מיה סולימאן, גל גדות, אנה זק ועוד. מיותר לציין כי כולן רזות, נכון? כשהמשכתי לשאול מדוע דווקא את אותן הבנות הן מעריצות? ענו הנערות באופן די גורף "כי הן יפות". תשובות נוספות היו "כי היא מפורסמת", "כי היא שרה יפה" או "כי היא מצחיקה". כמובן שזה רחוק מלהיות מחקר או מיצג מהימן ותקף, אבל תשובותיהן החזירו אותי לשאלה שהניעה אותי לכתוב את העבודה הזו מלכתחילה, האם השינוי באמת כאן? לא הכל מושלם עכשיו (וטוב שכך) כי אין באמת מושלם ועדיין בתוכנית ריאליטי פופולרית מאוד, הבחורה השמנה היא נושא לעונה שלמה כי היא מידה 44. עדיין הבחור מתקשה לבחור בה בסוף כי היא אמנם אישה מדהימה, אבל עדיין מידה 44 והוא לא מסוגל להכיל את השדים שרצים לו בראש. עדיין יתמקדו לאורך כל העונה בתגובה הראשונה שהייתה לו למראה שלה (מיותר לציין כי זו הייתה תגובה לא חיובית). כתיבת העבודה חשפה אותי לעולם של תוכן עצום, אודות הנושא אשר בתמימותי בחרתי לכתוב עליו. מחקרים, מאמרים, כתבות ואינספור דעות המכירות במקום הנכבד שיש למדיה בתפיסה שלנו את עצמנו על רבדיה השונים ובפרט על הנראות שלנו ועל דימוי הגוף – אותה התמונה שמתנוססת בראשנו.

אני זוכרת את עצמי כנערה, כל הקירות בחדר שלי היו מצופים בכתבות ותמונות של כוכבי בוורלי הילס 90210. מעניין יותר להבין בהסתכלות לאחור כי הדמות שהכי חיבבתי בסתר, הייתה דווקא אנדריאה, שלאורך כל הסדרה סומנה כאנדרדוג, כאאוטסיידרית, החכמה, ה"לא רזה", זו שגם בתמונות ובפוסטרים של הסדרה אף פעם לא לבשה ביקיני כמו כל היתר. כמובן שלא במודע וגם כי לא באמת היו לי עוד אופציות, הקפתי את עצמי בתמונות של דמויות רזות, יפות, תמיד מטופחות, תמיד מאופרות ומסודרות שיער. אבל בעיקר רזות, כי זה מה שהיה למדיה להציע עבורי, נערה שמנה, המון ואולי אף ורק, נשים רזות ויפות להעריץ, לבחון את עצמי מולן, לערוך השוואות בלתי פוסקות ביני לבינו. אני יודעת אם זה השינוי ההורמונלי או הצורך הפנימי והעמוק יותר להקיף את עצמי בדמויות פחות מאיימות, או אולי שניהם, שגרמו לי בהמשך הדרך למלא את הקירות רק בדמויות גבריות, אבל זה נושא לעבודה אחרת.

כאשר נהייתי אמא לראשונה, החשש הכבד שליווה אותי עוד ממש מההתחלה היה שלא להעביר את הפרעות האכילה שלי לדור הבא. אני לא אשכח את הפעם הראשונה שבני הבכור הביא את המונח שמן הביתה, כמילת גנאי ובכלל או את השיחה שניהלנו על היותי שמנה, שיחה שהחלה בעקבות שאלה תמימה מצידו בניסיון להבין מדוע אני שמנה. כשבייתי הקטנה נולדה, למרות ההרגשה שעשייתי ועודני עושה "עבודה טובה" עם בכורי בנושא, צפו חששות וחרדות נוספים עקב היותה בת. יוצא לי לחשוב, לא פעם, כמה יותר נוח עבורה לגדול היום, כשפלטפורמות החשיפה התרחבו משמעותית ובכך מאפשרות לה כילדה, שתגדל להיות נערה ואישה, להיחשף ולהיווכח למודלים נרחבים שיכולים להשפיע גם הם על דימוי הגוף שלה. לה תהיה הבחירה שלי לא הייתה, לצד דמויות רזות ואטרקטיביות, מופיעות דמויות שמנות, אטרקטיביות לא פחות ומעוררות השראה. אך יחד עם זאת עולות בי שאלות ואפילו חשש, לאותן הביקורות הנשמעות סביב, לחוסר הפתיחות ולרוב המכריע שעדיין אינו בשל לקבל את השונה, בין אם שמן ובכלל אחה אותו הרוב שעדיין מאויים או מרגיש שלא בנוח, מדמות שמנה בטלוויזיה או חלילה מדוגמנית שמנה עם ביקיני המעלה תמונה באינסטגרם.

אי אפשר שלא לראות כי המגוון של אז והמגוון של היום שונים מאוד, מילים כמו שמנופוביה, באדי שיימינג, פלוס טיז, FAT TALK, בודי פוזיטיב, לא היו קיימות בשפה הרווחת סביבי בנעוריי (אם בכלל), לא ידעתי כלל מה הן. לא ידעתי שזה בסדר להיות ולהראות אחרת. היום מ"מבט על" על אותה התקופה ובהיכרותי את עצמי, כמה חבל שלא היו עוד דמויות כמו ליזו או נטע ברזילי ואפילו פינק שיעשו לי את החיים יותר קלים, שישמעו ויראו לי כמה זה בסדר ושפילו אפשרי להראות גם אחרת, פשוט להיות את ללא קשר למספר שמופיע מדי בוקר על המשקל! שיזכירו לי שלהיות שמן לא קשור לשום דבר אחר מלבד לצורה של הגוף שלך, לא לכמה את מוכשרת, לכמה את יפה, לכמה איכויות יש בך, או לכמה את מסוגלת ויכולה להיות מוצלחת בכל מה שאת בוחרת לעשות. שיעזרו למסר הכי חשוב להישמע – שאין כל צורך לתקן בי מאום!

במהלך השנים, התווספו למדיה נשים שונות שהכניסו מגוון בתחום המראה והבודי פוזיטיב למדיה סביבי – אופרה, טיירה בנקס, קווין לטיפה, פינק, רחאן, אדל, סוקי מבנות גילמור ועוד ועוד... דמויות צבעוניות, מעניינות, שחקניות מוכשרות. לצד ההופעה שלהן, השיח סביבן סבב סביב משקלן לאורך כל דרכן, בין אם זו הדמות שהן שיחקו ובטח ובטח בחייהן הפרטיים, בהן טרחו לעקוב אחרי כל קילו שנעלה או ירד מהן.



אסיים במילותיה של ליזו מאלבומה האחרון שיצא השנה -

“When the world can't love me to my face
When the mirror lies and starts to break
Hold me close, don't let me run away
Don't be afraid

Cause if you love me, you love all of me
Or none of me at all”

בהיכרותי את עצמי, למרות שהנתונים אינם מעודדים, אני אנסה להישאר אופטימית, אני אבחר להסתכל על חצי הכוס המלאה – חצי הכוס "הפלאס סייז"! אולי רק כי הן כאן, סוף סוף כאן! דמויות אחרות, ראשיות, שמנות, בעלות עומק, בעלות סיפור חיים מרתק, מנהלות זוגיות, קונות בגדים, מתלבשות כיאה לצו האופנה הרווח, מעיזות, בטוחות בעצמן, מדברות בחופשיות על כל נושא בעולם, מצטלמות למגזינים, מדגמנות, לובשות בגדי ים, חיות חיים מלאים. אני רוצה להאמין שלו הייתי עוברת את חוויית גיל ההתבגרות היום, אותן ההדבקות עימן אני חיה היו מקבלות נוכחות שונה אם בכלל בהשפעה על חיי ואולי, רק אולי, היו נוצרות מחשבות חדשות שמאפשרות גמישות ויכולת להסתכל על הדברים מעוד זוויות.





ביבליוגרפיה:

1. "Mirror, Mirror: A Look at Self-Esteem & Disney Princesses" An Honors Thesis (HONRS 499) by Kari Parks. May 2012.
2. "Pretty as a Princess: Longitudinal Effects of Engagement With Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children"
Sarah M. Coyne, Jennifer Ruh Linder, Eric E. Rasmussen, David A. Nelson and Victoria Birkbeck.
3. "10 Factors That Can Affect Your Body Image" By Cindy Kuzma . Published on Jan 21, 2022.
<https://www.womensrunning.com/health/wellness/factors-that-affect-body-image/>
4. "7 factors influencing your body image" By Harriet Frew, MSc; MBACP Accred. Published on 20th January, 2021
<https://www.counselling-directory.org.uk/memberarticles/7-factors-influencing-your-body-image>
5. "What Influences Body Image?" By Kristin Burmeister. JANUARY 17, 2019
<https://balancedtx.com/blog/what-influences-body-image>
6. "The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies" Shelly Grabe , L. Monique Ward, Janet Shibley Hyde. May 2008.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18444705/>
7. "שדה הטלוויזיה לילדים בישראל" - ממצאי מחקר בדגש מגדרי (בישראל ובהשוואה גלובלית), ד"ר יובל גז'נסקי, המרכז לחקר מדיה לילדים 2019
ולנוע, המחלקה לתקשורת - המכללה האקדמית ספיא, נובמבר 2019.
8. מאמר – "ראי ראי, היש יפה ממני? תפקיד המדיה בהתפתחות הפרעות אכילה", פרופ' יעל לצר, 2016.
9. "Media Exposure and the "Perfect" Body" By Romeo Vitelli, Ph.D.
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/media-spotlight/201311/media-exposure-and-the-perfect-body>
10. "Explaining the relationship between media exposure and early adolescents' body image perceptions: The role of favorite characters". Eyal, Keren. Te'eni-Harari, Tali
<https://psycnet.apa.org/record/2013-25928-003>
11. "The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A replication with adolescent girls" KevinThompson
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S174014450500080X#!>
12. מראה בלתי ניתנת להשגה: השימוש באינסטגרם והשפעה על דימוי גוף", נירית צוק",
<https://www.ynet.co.il/parents/article/skyzek9ey>
13. "הומו שמן בשמלה" - מגדור, יופי וגאולה של מתמודדות שמנות ב"מרוץ הדראג של רופול". עבודת מחקר, פומרנץ עמי, נובמבר 2017;
הפקולטה למדעי הרוח והחברה, אוניברסיטת בן גוריון.
14. "The burden of weight stigma" By Zara Abrams. March 1, 2022 . APA - AMERICAN PSYCHOLOGY ASSOCIATION.
<https://www.apa.org/monitor/2022/03/news-weight-stigma>



ביבליוגרפיה:

15. "למי קראתם שמנה?" דפנה לוי, מגזין אלכסון, 31.12.2018.

<https://alaxon.co.il/fomo/%d7%9c%d7%9e%d7%99-%d7%a7%d7%a8%d7%90%d7%aa%d7%9d-%d7%a9%d7%9e%d7%a0%d7%94/>

16. "Weight Stigma and Social Media: Evidence and Public Health Solutions", Olivia Clark, Matthew M. Lee, Muksha Luxmi Jingree, Erin O'Dwyer, Yiyang Yue, Abrania Marrero, Martha Tamez, Shilpa N. Bhupathiraju and Josiemer Mattei.

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnut.2021.739056/full>

17. "Media Portrayal of People Who are Obese" John Whyte, MD, MPH. April 2010. AMA Journal of Ethics.

<https://journalofethics.ama-assn.org/article/media-portrayal-people-who-are-obese/2010-04>

18. "Portrayals of Overweight and Obese Individuals on Commercial Television", Bradley S. Greenberg, PhD, Matthew Eastin, PhD, Linda Hofschire, PhD, Ken Lachlan, MA, and Kelly D. Brownell, PhD.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1447967/>

19. "Influence and effects of weight stigmatisation in media: A systematic Article" . May 2022.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2589537022001948>

20. "#BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image". Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019).

<https://uwe-repository.worktribe.com/out->

[put/852467/bopo-on-instagram-an-experimental-investigation-of-the-effects-of-viewing-body-positive-content-on-young-womens-mood-and-body-image](https://uwe-repository.worktribe.com/out-put/852467/bopo-on-instagram-an-experimental-investigation-of-the-effects-of-viewing-body-positive-content-on-young-womens-mood-and-body-image)