

האוניברסיטה העברית בירושלים הפקולטה לחקלאות מזון וסביבה ע"ש רוברט ה. סמית החוג לביוכימיה, מדעי
המזון והתזונה

עבודת גמר בקורס

"הגישות החדשות להתמודדות עם השמנה" (73550)

**ההשפעות של המדיה החברתית על דימוי הגוף והנצחת אידיאל
הרזון**

מגישה: נוי בר דוד

ת.ז: 311579270

תאריך: 1.8.21

חולצה | נעם חורב

היום בפעם הראשונה
הורדתי חולצה בים –
היה לי חם
או שסתם
נמאס לי כבר להיות הילד
שעומד תמיד בצל
והבושה –
שתישרף,
שתלך לעזאזל

היום בפעם הראשונה
הורדתי חולצה בים
והשמיים לא נפלו
והגלים לא חדלו

ואף אחד לא הסתכל
והכל המשיך להתנהל
כמו בכל חוף אחר בישראל –
ארמון בחול,
סוכת מציל
מוכר שצועק:
"שוקו-וניל!"

היום בפעם הראשונה
הורדתי חולצה בים –
ולא משנה
עד כמה הילד הפנימי יציק לי
או יגרום לי להרגיש רע
אני לא אלבש אותה יותר לעולם
בחזרה.

נלקח מעמוד האינסטגרם של היוצר- "@Noam Horev"

את טקסט זה מצאתי בפלטפורמה עליה אני הולכת לכתוב ולהרחיב בעבודה זו- המדיה החברתית. זהו טקסט שיוצא כנגד המוסכמות החברתיות, שלשמנים אין את הזכות להוריד חולצה בים, שהם לא ראויים, שלכאורה אם 'יעיזו' להוריד את החולצה- כל העולם יעצר. הבחור שבטקסט שובר את המוסכמות ומראה איך העולם מתנהל כסדרו על אף שהוריד את החולצה. מבעד להסתכלות על השמן החיים מתרחשים, החוף התנהג כחוף, ארמון החול, סוכת המציל ומוכר הארטיקים, ולראשונה בחייו הבחור נהנה מרגע ללא אשמה. הבחור הטקסט שינה את נקודת ההסתכלות שלו על העולם וחווה תחושות חדשות ביחס לחייו.

האירוניה בין תכני האינסטגרם- הטקסט האותנטי הזה ופירסומי "הכיני את גופך לקיץ" של מאמנים שונים ותמונות של אושיות רשת רבות עם גוף דקיק, הביא אותי להציג אותו בתחילת העבודה.

תוכן עניינים

5-6	מבוא
6	השפעת הרשת החברתית על דיכאון
6-9	השפעת הרשת החברתית על דימוי גוף
10-11	השפעת מידת הפופולריות ברשתות החברתיות על דימוי גוף
12-13	מגמת פרסום כושר ובריאות באינסטגרם, דימוי גוף והפרעות אכילה
14	סיכום
15-17	מקורות

מבוא

“Nothing vast enters the life of mortals without a curse.” (Sophocles)

עולם המדיה כולו ובפרט המדיה החברתית נכנסו לחיינו לפני מספר לא רב של שנים והחלו לצבור תאוצה רבה. בעולם המודרני בו הסמארטפונים והטלוויזיה הם מוצרים נפוצים, כמעט לא נמצא אדם שהמדיה לא משפיעה על חייו בצורה כזו או אחרת. היא נמצאת בכל מקום: הפרסומות המוצגות על שלטי חוצות ברחוב, בטלוויזיה, ברחבי האינטרנט כמסתפחות לכתבות בכל אתר, סדרות טלוויזיה וסרטי קולנוע, אפליקציות חברתיות כמו 'פייסבוק', 'אינסטגרם', 'טיקטוק', אפליקציות תזונה וכושר ועוד רבות.

הרשתות החברתיות (SNSs – social networking sites) מוגדרות באופן כללי כאתרים המקדמים את המשתתפים לבנות פרופיל מקוון המציג קשרים עם משתמשי SNS אחרים¹. פייסבוק היא רשת חברתית אמריקאית המהווה את הרשת החברתית המקוונת הגדולה בעולם והיא זמינה ביותר משבעים שפות. בפייסבוק המשתמשים יוצרים פרופילים אישיים שבדרך כלל כוללים תמונות אישיות ותחומי עניין אישיים, כמו כן יכולים להגיב האחד לשני על תמונות, סטטוסים המביעים דעות ומחשבות ועוד. ביולי 2017 דיווחה החברה על כשני מיליארד חברים הרשומים באתר וכ-800 מיליון מהם פועלים בתדירות יומיומית². רשת חברתית פופולרית נוספת היא האינסטגרם המבוססת על תמונות. אינסטגרם היא פלטפורמה ייחודית בכך שמוקדשת לפירסום ושיתוף תמונות וסרטונים עם חברים (בפרופיל פרטי) או עם הציבור הרחב יותר (בפרופיל ציבורי). כמאתיים מיליון אנשים משתמשים באינסטגרם על בסיס יומיומי³. משתמשי אינסטגרם יכולים לבחור בקפידה את התמונות האישיות שהם מעוניינים לפרסם ולשנות אותם בעזרת כלי עריכה ופילטרים של אינסטגרם במטרה לשלוט בתצוגת העצמי שלהם. באוסטרליה מדווחים כי פייסבוק היא הרשת החברתית הפופולרית ביותר בשימוש⁴, כאשר 69% מבני ה-14-19 משתמשים ברשתות החברתיות לפחות פעם ביום. תפקידה העיקרי של הרשת החברתית היא להקל על האינטראקציה החברתית. המושג 'קהילה מתווכת' מתאר את העשייה הקהילתית של פייסבוק בכך שיוצרת סביבה בה קיימת תחושת שייכות משותפת שבה החברים נוכחים 'אונליין'⁵. המשתמשים יכולים להיעזר בפונקציות הרבות של הרשתות החברתיות על מנת ליצור קשרים עם משתמשים אחרים, פונקציות שמטרתן המקורית היתה להקל על הקשר ולהביע רגשות בקלות ובזמינות. הרשתות החברתיות מאפשרות לאנשים להיות זמינים באופן תמידי, נגישים, חברתיים ולפעמים גם פגיעים.

בסרט דוקו-דרמה בבימויו של ג'ף אורלובסקי הפורסם ב-'Netflix' בשנת 2020⁶ "The Social Dilemma" מדובר על הרשתות החברתיות והבעייתיות הטמונה בהן. הרשתות החברתיות משפיעות על התודעה ומשנות את חשיבת האדם בצורה מודעת ולא מודעת, לפי המסרים והתכנים אותם בוחרת להעביר. החשיבה הרציונלית אומרת שהאדם בוחר איזה תוכן הוא צורך ברשתות החברתיות, הוא בוחר מה תהיה הסביבה שלו, אבל האמת היא שלא כך הדבר. בסרט זה ראינו מספר אנשים מתחומי המדיה השונים: עובדי חברה ומפתחים לשעבר של מנעו החיפוש גוגל, של אפליקציית המדיה 'וטיוב', פייסבוק, אינסטגרם, פינטרסט ועוד. עובדים אלה עבדו מספר שנים בחברה, חלקם אפילו הקימו ופיתחו את האפליקציה ולכן מכירים את כל הסודות מבפנים. לטענתם, המודל העסקי של הרשתות החברתיות הוא להשאיר את האנשים צמודים למסך. האלגוריתם מעוצב בצורה כזו היוצרת תלות

אצל המשתמש, על מנת שישתמש בהם זמן רב יותר וכך הרשתות מרוויחות כסף רב יותר מפרסומות ותכנים ממומנים. הדרך בה הרשתות החברתיות מושכות את תשומת הלב והזמן של המשתמש היא בעזרת אלגוריתם. האלגוריתם הזה בנוי בצורה בה כל תנועה ופעולה של המשתמש במרחב הרשת החברתית מנוטרת בקפידה כמו סוג התוכן שסיקרן את המשתמש, כמה זמן בילה בעמוד התוכן הזה, באיזה שעות ועוד. כך האלגוריתם מקבל נתונים ולומד מידע על תחומי העניין של המשתמש והרגליו, בונה מודל שחוזר את הפעילות של המשתמש ולפי זה מציע תכנים שעשויים לעניין את המשתמש על מנת להשאיר אותו מחובר לרשת החברתית- תמונות, סרטונים ותכנים נוספים. זאת הדרך בה הרשתות החברתיות יכולות לעצב את התודעה ואת העולם הוירטואלי שהמשתמשים חיים בו. דבר זה מדאיג ובעייתי, כי בעת בה האדם חושב שהוא שולט על מחשבותיו והתודעה שלו, בעלי אינטרסים רבים מתערבים בכך ומעצבים את התודעה שלו בצורה בה הם מעוניינים שיחשוב וינהג.

השפעת הרשת החברתית על דיכאון

מחקרים מצאו כי שימוש בפלטפורמה של הרשת החברתית גורם לירידה בערך העצמי, בדימוי הגוף ולדיכאון⁷. מחקר אחר⁸ מצא שאנשים שהראו תסמיני דיכאון רבים יותר נמצאו כאשר משתמשים בפייסבוק זמן רב יותר. מחקר נוסף שפורסם בשנת 2017 בדק את הקשר בין השימוש באינסטגרם לבריאות הנפשית של מתבגרים לאורך זמן⁷. במחקר זה השתתפו 671 מתבגרים בגילאי 19-12 שנים. הנבדקים ענו על שאלות שונות על מנת למדוד את זמן החשיפה שלהם לתמונות באינסטגרם, מה תדירות העלאת תמונות או לחיצה על כפתור ה"לייק" על ידם וכן על שאלות המנבאות את מצבם הנפשי כגון "מתי בפעם האחרונה הרגשתי שמח". התוצאות הראו כי שיטוט באינסטגרם היה קשור למצב רוח דיכאוני יותר לאחר מכן. עוד תוצאה מעניינת הייתה שמצב דיכאוני התחלתי גבוה יותר היה מקושר להעלאת פוסטים לאחר מכן באינסטגרם.

השפעת הרשת החברתית על דימוי גוף

השפעה נוספת הקשורה לרשתות החברתיות היא ההשפעה על דימוי גוף.

דימוי גוף הוא האופן בו האדם תופס וחווה את האסתטיקה ומידת המשיכה של גופו. דימוי גוף כולל את התפיסות (כהערכת גודל הגוף, הערכת האטרקטיביות של הגוף), המחשבות, הרגשות והמשאלות (הקשורות לצורתו וגודלו של הגוף) המתעוררות אצל אדם לגבי גופו⁹. דימוי הגוף יכול להיות חיובי, שלילי או משתנה ביחס לחלקי גוף שונים, או תקופות במעגל החיים.

הפרעות בדימוי גוף והפרעות אכילה הן בעיות פיזיות ומנטליות משמעותיות בעולם המערבי. הפרעות בדימוי גוף בדרך כלל מורכבות מחוסר שביעות רצון מאספקט מסויים של הופעתו החיצונית של האדם. בעיה זו נפוצה מאוד ועשויה להיות קשורה למצוקה פסיכולוגית למשל דיכאון ובעיות בתפקוד ולהוביל להפרעות אכילה¹⁰.

הפנמת מודל הרזון כגורם סיכון לדימוי גוף שלילי והפרעות אכילה

במטרה להבין מהם גורמי הסיכון לבעיות בדימוי גוף והפרעות אכילה, מאמר סקירה שיצא בשנת 2001 בחן גורם סיכון חזק לבעיות אלו- הפנמה של הסטנדרטים החברתיים הקובעים מהי אטרקטיביות¹¹. הפנמה של מודל הרזון מתייחס להיקף שבו אדם מאמין להגדרה החברתית של אידיאל היופי, הקובעים מהי "אטרקטיביות" ועוסק בהתנהגויות שמטרתן היא לקרב אותו לאידיאל הזה¹². באופן תיאורטי, הפנמה של מודל הרזון נגרם מכיוון שאנשים מפנימים גישות שמקובלות או מאושרות על ידי אחרים¹³. תהליך זה נקרא תהליך חיזוק חברתי (social reinforcement). בפירוט, משפחה, עמיתים והמדיה (שהיא סוכנת חברתית) נחשבים למחזקים את דימוי הגוף שהוא אידיאל הרזון על ידי תגובות או פעולות שמשרתות ותומכות באידיאל הרזון, למשל על ידי ביקורת, הערות בנוגע למשקל, עידוד לדיאטה והאדרה של מודלים רזים במיוחד. מקורות אלה מעבירים ציפיות בנוגע ליתרונות הרזון כמו הגברת הקבלה החברתית וציפיות אלו יכולות למלא תפקיד מפתח בהתפשטות של האידיאל הזה¹⁴.

הפנמה של מודל הרזון האידיאלי נחשב כמעודד בצורה ישירה חוסר שביעות רצון מהגוף מכיוון שאידיאל זה הוא כמעט בלתי מושג עבור רוב האנשים ונחשב כמצומד עם גורמי סיכון מבוססים אחרים להפרעות אכילה. גורמי סיכון ידועים להפרעות אכילה הם חוסר שביעות רצון מהגוף, דיאטה והשפעתה השלילית בקידום סימפטומים של הפרעות אכילה¹⁵. באופן ספציפי, חוסר שביעות הרצון מהגוף המגיע כתוצאה מההפנמה של מודל הרזון האידיאלי, מקדם דיאטות והשפעותיהן השליליות כמו למשל הגדלת סיכון לסימנים בולמיים¹⁶. חוסר שביעות רצון מהגוף משוער כמוביל לדיאטה בגלל האמונה הרווחת שמדובר בטכניקה יעילה לבקרת משקל ועשוי גם לעודד השפעה שלילית מכיוון שהמראה החיצוני הוא מימד הערכה מרכזי בתרבות שלנו. דיאטה באופן תיאורטי גורמת לסיכון גבוה יותר לתסמינים בולמיים כי אנשים עשויים לחוות התקפי זלילה (binge-eating) במאמץ לפצות על הגרעון הקלורי שגופם נמצא בו. בנוסף, השפעה שלילית של הדיאטה עשויה להגביר את הסבירות לתסמינים בולמיים בגלל המחשבה שהאכילה מספקת נחמה והסחת דעת מרגשות שליליים.

במאמר הסקירה¹¹ שבדק את ההפנמה של גורמים חברתיים כגורם סיכון לדימוי גוף שלילי שיצא בשנת 2001 נשים וגברים צעירים התבקשו לתאר את המודל האטרקטיבי ביותר הנוכחי עבור התרבות המערבית והשתמשו בתגובות שלהם על מנת ליצר סקלות. נבדקו מחקרים הבודקים האם הפנמה של אידיאל הרזון מקושר חיובית עם דימוי גוף ועם הפרעות אכילה. מחקר פרוספקטיבי שנכלל מצא כי הפנמת מודל רזון ניבאה את תחילת הופעתם של תסמינים בולמיים בקרב נערות מתבגרות שהחלו כאסימפטומטיות לתסמינים אלו¹⁷, בכך קבע כי הפנמה של מודל הרזון היא גורם סיכון להפרעת אכילה. לפי שילוב הממצאים מכל המחקרים שנלקחו בחשבון הוצע שהפנמה של סטנדרטים חברתיים היא גורם סיכון סיבתי לדימוי גוף שלילי והפרעות אכילה. גם ראו שההפנמה הזו מופיעה בצורה מצומדת עם גורמי סיכון נוספים הידועים לתוצאים אלו כגון דיאטות והשפעותיהן השליליות.

מחקר מעניין שפורסם בשנת 2017 בחן את הקשר בין פונקציות הממוקדות במראה חיצוני ברשתות החברתיות לבין דימוי הגוף אצל נשים צעירות¹⁸. במחקר זה נבדקו 259 נשים בגילאי 18-29, מילאו שאלון בו נבדק השימוש שלהם ברשתות החברתיות "פייסבוק" ו"אינסטגרם" ויחסן כלפי דימוי הגוף שלהן נמצא כי שימוש ברשתות בפונקציות הממוקדות במראה חיצוני (כמו חשיפה לתמונות של גוף, מעקב אחרי משתמשים שעוסקים בכך) גרם

לדאגות בקשר לדימוי הגוף אצל הנשים. חשיפה לתוכן של תמונות בפייסבוק, אך לא באופן כללי שימוש בפייסבוק, היה קשור להפגמת מודל יופי רזה יותר ותשומת לב רבה למראה הגוף. בדומה לכך, מעקב אחרי חשבונות הממוקדים במראה חיצוני באינסטגרם גם היה קשור לתוצאות אלה ואילו מעקב אחרי חשבונות נייטרלים למראה לא היו השפעות על דימוי הגוף.

תהליך ההשוואה החברתית והקשר לאי שביעות רצון מהגוף ודימוי גוף שלילי

ההשפעות השליליות של חשיפה למדיה יכולים להיות מיוחסים לתהליך ההשוואה החברתית¹⁹. תיאוריית ההשוואה החברתית - Social comparison theory²⁰ טוענת כי נשים מעריכות את המראה שלהן על ידי השוואת עצמן לאידיאלים התרבותיים של יופי ורזון המוצגים בתקשורת. כמעט תמיד ההשוואה תהיה לסטנדרטים גבוהים יותר שמולן הנשים לא עומדות בצפייות וכתוצאה מכך יש אי שביעות רצון מהמראה ומהגוף שלהן. יש מספר סיבות לכך שההשוואה החברתית עשויה להיות רלוונטית במיוחד לרשתות החברתיות. ראשית, המהירות והקלות שבה אנשים יכולים להתחבר לבני גילם יכולות להוביל להשוואות מרובות²¹. בנוסף, ההשוואה הזו לרוב נעשית עם תמונות 'אידיאליות' בגלל שמשמשים מפרסמים רק תמונות שבהן הם נראים טוב או שהם עושים משהו 'מגניב' ואת התמונות האלו ניתן לשנות באופן דיגיטלי על ידי ריטושים ופילטרים²².

במחקר שפורסם בשנת 2020 בדק האם השוואת מראה באינסטגרם מתווך את הקשר בין שימוש באינסטגרם לחוסר שביעות רצון מהגוף בקרב גברים בוגרים²³. בנוסף, המחקר בדק האם מניפולציה בתמונת "סלפי" מתווך את הקשר בין פירסום ה"סלפי" וההשקעה בו ואי שביעות רצון מהגוף. במחקר השתתפו 348 גברים בגילאי 18-50 ומילאו מספר שאלונים להערכה עצמית והערכת מבנה גופם עם שאלות דירוג לדוגמת: "הייתי רוצה שהידיים שלי יהיו שריריות יותר", "אני מרוצה מצורת הגוף שלי", ובדיקת היקף וסוג השימוש באינסטגרם הכוללים שאלות בסגנון: "אני מרגיש לחוץ ומודאג לגבי תמונות שאני מעלה", "לא אכפת לי מה יחשבו על איך שאני נראה", "עד כמה אכפת לי מכמות הלייקים שעושים לי על התמונה שהעלתי" ועוד. המניפולציה בתמונות הסלפי הוגדרה כמגוון שינויי עריכה לאחר צילום התמונה: שינוי מבנה הגוף לגדול ושרירי יותר, שינוי של תווי פנים, שינוי של מראה הגוף לרזה יותר וכדומה. כמו כן נמדד היקף השימוש היומי באינסטגרם לפי שעות. התוצאות מראות שהשוואת מראה חיצוני באינסטגרם תיווכה את הקשר בין שימוש באינסטגרם לחוסר שביעות רצון מהגוף. מניפולציה בתמונות סלפי תיווכה את הקשר בין ההשקעה בסלפי ופירסום הסלפי לבין אי שביעות הרצון מהגוף, כלומר גברים שנטו להשקיע יותר בתמונות סלפי ולפרסם אותן יותר, גם נטו יותר לערוך בהן מניפולציות לשינוי המראה החיצוני שלהם בתמונה ופחות אהבו את מראה גופם הנוכחי.

מחקר נוסף הראה ששימוש בפייסבוק מקושר לבעיות בדימוי גוף בנשים צעירות, בעיקר בנושאים של חוסר שביעות רצון מהגוף ורצון להיות רזה יותר²⁴. ההצעה שהועלתה היא שנשים שבילו זמן רב יותר בפייסבוק הרגישו לעתים קרובות מודאגות יותר לגבי גופן מכיוון שהשוו את המראה החיצוני שלהן לאחרות בתדירות גבוהה. הפייסבוק מכיל מטרות רבות שהאדם נוטה להשוות את עצמו אליהן ועולה השאלה לאיזו מהמטרות הסבירות להשוואה גבוהה יותר. במחקר זה המשתתפות דיווחו על השוואת מראה הגוף שלהן לחברים רחוקים באותה מידה שהן משוות את עצמם לחברים קרובים ולסלבריטאים והשוו את עצמן פחות לבני משפחה. בהקשר לצורת

ההשוואה, המשתתפות דירגו את גופן כגרוע יותר פחות אטרקטיבי משל הסלבריטאים, קצת יותר גרוע משל חברים ואותו הדבר כמו בני משפחתם, אך תדירות ההשוואה היתה גבוהה כלפי חברים ונמוכה כלפי משפחה וסלבריטאים. הסיבה שהוצעה לתופעה הזו היא שאולי חברים הם מטרה רלוונטית יותר להשוואה מאשר בני משפחה או סלבריטאים, משום שלחברים יש את אותם האמצעים ואותו סגנון חיים כמו למשתתפות ולכן הגוף המיוחל נראה אצלם יותר בר השגה.

הפחתת ההשפעה של הפנמת מודל הרזון וההשוואה החברתית?

מחקרים אחרים השתמשו במספר ניסויים על מנת להפחית את ההשפעה של תמונות של מודל הרזון במדיה, הנחשבים לאחד ממקדמי הפנמת אידיאל הרזון הגדולים ביותר¹¹. במחקרים אלו החוקרים יצרו תוכנית על מנת ללמד נשים להיות ביקורתיות יותר כלפי המדיה על מנת להפחית את ההפנמה של אידיאל הרזון. למשל, אחד התכנים של תוכנית זו היה לספק לנשים אלו מידע על מידת הריטוש שעוברות תמונות במגזינים. תוצאות תוכנית ההתערבות הזו הראו שהתוכנית הפחיתה את ההפנמה של אידיאל הרזון וראו את האפקט הזה גם במחקרים נוספים שעשו בהמשך²⁵. בנוסף במחקרים אחרים נשים עם הפנמת אידיאל רזון גבוהה מהממוצע התבקשו להתווכח מרצון החופשי כנגד האידיאל הזה על ידי מספר תרגילי דיבור, כתיבה, ותרגילים התנהגותיים. את התוצאות של ההתערבות הזו בדקו גם בסיומה וגם בבדיקת מעקב שערכו תקופה לאחר סיום הניסוי וראו שהיתה הפחתה ברמת ההפנמה של מודל הרזון בנוסף לירידה בחוסר שביעות הרצון מהגוף וירידה בתסמינים בולמיים²⁶. נראה כי לפי מחקרים, הסברה נכונה של המניפולציות הנעשות בתמונות במדיה, זוויות צילום, ריטושים, פילטרים וכן לימוד חשיבה ביקורתית כלפי תמונות ומוצגים הם כלים יעילים להפחתה בהפנמה של מודל הרזון, שינוי שפת הדיאטות לשפה מכילה ומקבלת יותר ודימוי גוף חיובי יותר.

השפעת מידת הפופולריות ברשתות החברתיות על דימוי גוף

ההשוואות הנעשות במדיה החברתית הן לא רק השוואות סובייקטיביות של מראה חיצוני כמשקף את הערך העצמי, המקובלות החברתית וכמה הבן אדם מוצלח, ראוי ושווה אלא יש גם שימוש בהשוואות כמותיות. קיימות בבלטפורמות אלה גם פונקציות כמותיות הקובעות את מידת הפופולריות החברתית של המשתמש, לדוגמת כפתור "לייק" על תמונות ומספר ה"עוקבים" אחרי פרופיל המשתמש. כך בעולם הרשתות החברתיות נוספו ההשוואות הכמותיות אל ההשוואות הוויזואליות שהיו עד כה. פונקציות אלה ברשתות החברתיות הן חלק אינטגרלי מהרשת החברתית, ואת מספר האנשים שלחצו על כפתור ה"לייק" או ה"עוקב" כל המשתמשים יכולים לראות. באופן זה, מספר הלייקים יכול לשמש כסוג של השפעת עמיתים או חיזוק חברתי. ללייקים הם סמן של מעמד חברתי ופופולריות²⁷. תיאוריית החיזוק החברתי (Social reinforcement theory) מניחה כי ההערות או הפעולות של גורמים חברתיים משמעותיים, כולל מדיה ועמיתים, יחזקו עמדות והתנהגויות מסוימות¹¹. האמונה הרווחת היא שככל שמשתמשים מקבלים יותר "לייקים" על תמונה ויותר "עוקבים" לעמוד, כך הפופולריות שלהם הולכת ועולה והם נכנסים לקבוצת השווים והשוות של החברה⁷. הלייקים משמשים אינדיקטור מספרי מקובל כדי לקבוע מהו יופי חיצוני²⁸. במאמר ראיונות זה ראו שהנערות המתבגרות ראו את מספר הלייקים שהן זוכות בו כמשוב הערכה ישיר לגבי היופי שלהן ולגבי הערך עצמי שלהן. הנערות דיווחו שהן משוות את עצמן ואת המראה שלהן יותר לבני גילן עם מספר לייקים גבוה יותר ברשתות החברתיות. פעמים רבות, על מנת להשיג חיזוק חיובי ואהדה על ידי קבלת "לייקים" המשתמש נוטה להתאים את תכניו ואת התמונות שהוא מפרסם לתכנים המקובלים בסביבתו. אם התכנים המקובלים הם תכנים המתאימים למודל הרזון כי כך מקובל בחברה, המשתמש ישאף להתאים את עצמו למודל הזה. ראו שהשגת יותר לייקים על תמונות שמחפיצות את הגוף היה קשור בפרסום מוגבר של פוסטים. גם ראו כי לחשיפה לתמונות בעלות מאפיינים של החפצת הגוף (כמו צילום בתנוחות מסויימים או התמקדות באיברים מסויימים כמו שרירי הבטן) יש קשר להחפצה עצמית ולאי שביעות רצון מהגוף²⁹. ניתן להבין שככל שהתמונות המפורסמות הן יותר מחפיצות את הגוף בהנחה כי הגוף מתאים במראהו למודל היופי המקובל חברתית שהוא מודל הרזון, כך הן יקבלו יותר אהדה וקבלה חברתית בצורה של לייקים³⁰. על מנת שהתמונות יהיו פופולריות ויעמדו בסטנדרטים של מודל היופי, על המשתמש ברשתות החברתיות לעמוד בקריטריונים של אידיאל הרזון, מבחינת צורת גופו ומשקלו. וכך, עצם השימוש במדיית האינסטגרם מהווה איזוהי החפצה עצמית בכך שמשתמשים מפרסמים תמונות שהן לעיתים קרובות תמונות של עצמם שהן באופן מפורש עבור תצוגה בפני אחרים.

בכדי להמחיש כיצד ההבטים האינטרקטיביים החברתיים של מדיה חברתית (למשל הלייקים) יכולים להשפיע על דימוי הגוף, מחקר שפורסם בשנת 2018 בדק את האפקט של ה"לייקים" באינסטגרם על השוואה חברתית וחוסר שביעות רצון מהגוף אצל נשים³¹. הניחו כי מספר רב של לייקים המצורפים לתמונות "אידיאליות" (על פי קריטריונים של רזון ואטרקטיביות) אמורים לחזק חברתית את חשיבותם של אידיאלי היופי המוצגים. זאת מכיוון שאם יש מספר רב של לייקים לתמונה מסויימת זה לכאורה מייצג את דעת הכלל לגבי הערך והאטרקטיביות של האדם בתמונה, יש תמיכה רבה יותר בתמונה, זה מעורר תשומת לב רבה יותר אצל העוקבים והשוואת מראה לתמונה זו. כתוצאה מכך יש אי שביעות רצון גדולה יותר מהגוף אצל העוקבים. החוקרים שיערו שיש גם השפעה

לכמות ההשקעה של המשתמשת באינסטגרם כך שמשתמשים קבועים באינסטגרם יחוו חוסר שביעות רצון גדול יותר בתגובה לצפייה בתמונות עם מספר גבוה של לייקים. במחקר השתתפו 220 נשים בגילאי 18-30 BMI ממוצע של 23.4. החוקרים הגדירו כמות לייקים כגבוהה או נמוכה והציגו למשתתפות תמונות משני סוגים: אידיאל רזון ומראה ממוצע. המשתתפה שבדקו הוא חוסר שביעות רצון מהגוף, חוסר שביעות רצון מהפנים והשוואה חברתית ובדקו זאת על ידי מילוי שאלוני VAS (visual analogue scales) לפני ואחרי צפייה בתמונות. כמו כן, נבדק גם השימוש של המשתתפות באינסטגרם מבחינת זמן שימוש, כמות הלייקים שהן מקבלות על תמונות וחשיבות הלייקים מבחינתן. התוצאות הראו שלמרות שלא היה שינוי מובהק בשביעות רצון מהגוף, היה חוסר שביעות רצון גדול יותר ממראה הפנים לאחר צפייה בתמונות עם מספר לייקים גדול יותר. התמונות עם מראה הגוף הרזה עוררו יותר השוואת מראה חיצוני מאשר התמונות עם הגוף הממוצע, ללא קשר למשך השימוש היומי באינסטגרם, אך נשים שדיווחו על מעורבות רבה יותר בלייקים הראו גם יותר השוואת מראה, השוואת מספר לייקים וחוסר שביעות רצון מהפנים.

בגיל ההתבגרות, גיל בו נערות רבות מבססות את זהותן, יש התמקדות חזקה במראה החיצוני, מודעות עצמית מוגברת ועיסוק בדימוי גוף. לפי Watkins, הרשתות החברתיות מציעות שתי נקודות עיקריות בעלות חשיבות בגיבוש הזהות של הצעירים: שימור קשרים חברתיים של הפרט והשתייכות לקבוצה חברתית. הזהויות של הצעירים נבנות מתוך מחשבה זו. האינטראקציות ברשת החברתית ממלאות תפקיד מרכזי בקביעת מה פופולרי ומאושר חברתית ומה לא³². מאמר מ-2016 בדק נתונים שהתקבלו במהלך 5 ראיונות נפרדים של 28 בנות בגילאי חטיבת ביניים באוסטרליה³³. במהלך הראיונות התנהלו דיונים בין הבנות לגבי השימוש ברשת החברתית והפונקציות שיש בה כמו "כמה לייקים נחשבים להרבה לייקים" ו"כמה לייקים צריכים לקבל על מנת להיות פופולרי". נמצא כי משוב ממשמשי רשת חברתית אחרים היה חלק מרכזי בבניית הזהות והיתה לו השפעה רבה על הערך העצמי של הבנות. בנוסף, נמצא כי משוב מיידי היה נחשק במיוחד בתגובה לתמונות ותגובות שפירסמו ברשת החברתית וכי משוב זה השפיע בצורה ישירה על המצב הרגשי של משתתפות הניסוי. כלומר אם לא קיבלו משוב מיידי על התמונות שהעלו הן הרגישו לא נחשקות ולא רצויות, דבר המשפיע לרעה על ההערכה והדימוי העצמי. בנוסף חלק מהמשתתפות דיווחו על כך שכאשר הן מעלות תמונות שלהן הן משתוקקות לקבל את האישורים החברתיים מהסביבה ולכן מחכות לכך ונמצאות ברשתות החברתיות זמן רב יותר. אם המשוב הוא מיידי המשתמשות מרגישות 'פופולריות' ובעלות ערך עצמי גבוה יותר.

"Strong beats skinny every time" - מגמת פרסום כושר ובריאות באינסטגרם, דימוי גוף והפרעות אכילה

Fitspiration – 'השראת כושר' היא מגמה אינטרנטית עדכנית ברשתות החברתיות שנועדה להניע אנשים לאכול בריא ולהתאמן. מגמה זו באה כחלופה בריאה יותר למגמה המעודדת רזון- Thinspiration שהיא מעודדת הפחתת משקל וסגנון חיים של הפרעות אכילה. רוב תמונות ה'השראת כושר' הן תמונות של נשים המתאמנות או לצד ציוד אימון, לעיתים מצורפים גם ציטוטים מעוררי השראה כמו- "Strong beats skinny every time". למרות הכוונות החיוביות, יש כמה אלמנטים מדאיגים במגמה הזו. אחד מהם הוא הייצוג החוזרני של מבנה גוף אחד ויחיד- רזה ושזוף, שאינו ניתן להשגה עבור רוב הנשים³⁴. ניתן גם לראות שתוכן הטקסטים שמשתמשים בהם במגמת 'השראת הכושר' דומים מאוד לתוכן שהשתמשו בו במגמת Thinspiration המעודדת רזון, כמו מסרים מעודדי אשמה ביחס למשקל ומסרים נוספים שהם אינדיקציות לאכילה מופרעת³⁵. אלמנט נוסף הוא קידום היתרונות שבאכילה בריאה ובפעילות גופנית הקשורים למראה ולא לבריאות. יתר על כן, יש קידום של גישות קיצוניות כלפי אימון גופני ("pain is acceptable Quitting is unacceptable"); פעילות גופנית כפייתית מתקיימת לעיתים קרובות עם הגבלה תזונתית וקלורית, התנהגויות טיהור והתנהגויות אחרות שמטרתן לרדת במשקל בצורה לא בריאה³⁶.

מחקר שיצא בשנת 2017 חקר את מידת הפרעות האכילה והפעילות גופנית הכפייתית אצל נשים שמפרסמות 'השראת כושר' באינסטגרם³⁷. המשתתפות חולקו לשתי קבוצות: 101 נשים שמפרסמות תמונות של 'השראת כושר' באינסטגרם שהושאו ל-102 נשים המפרסמות תמונות של טיולים (שגם הם סוג של השראה פוטנציאלית אך ללא קשר לגוף ולמראה חיצוני). שתי הקבוצות מילאו שאלונים למדידת שיעור האכילה המופרעת והפעילות הגופנית הכפייתית. ראו כי נשים שמפרסמות תמונות 'השראת כושר' דורגו גבוה בצורה מובהקת במדדים של רצון ומוטיבציה לרזון, בולמיה, רצון ומוטיבציה לשריריות ואימון גופני כפייתי. כמעט חמישית (17.5%) מהנשים הללו היו בסיכון לאבחון של הפרעת אכילה קלינית לעומת 4.3% מקבוצת הנסיעות.

פעילות גופנית כפייתית היתה קשורה לאכילה מופרעת בשתי הקבוצות, אך הקשר היה חזק משמעותית בקרב נשים שמפרסמות תמונות 'השראת כושר'. בנוסף, ניתוח סטטיסטי הראה שההבדל הגדול ביותר בין הקבוצות היה הרצון לרזון (drive for thinness) והרצון לשריריות (drive for muscularity). שני האלמנטים האלה של אכילה מופרעת משקפים שאיפות הנוגעות למראה חיצוני וייתכן כי הנשים מקבוצת 'השראת כושר' מתאמנות על מנת להשיג את הגוף האידיאלי בעולם שלהן- רזה ושזוף יותר מאשר להשיג בכך בריאות וכושר. למרות שפעילות גופנית רגילה היא בעלת יתרונות בריאותיים, נשים המפרסמות תמונות של 'השראת בריאות' מציגות רמות גבוהות של גישות אימון כפייתיות. רגשות שליליות כאלו סביב אימון גופני עלולות לדחוק את הנשים לרמות קיצוניות של אימון ומקושרות לתשישות, פציעות, ונסיגה חברתית³⁸. הקשר שנצפה קודם לכן בין אימון גופני כפייתי לבין אכילה מופרעת היה חזק במיוחד עבור נשים שפירסמו תמונות של 'השראת כושר'. לתוצאות מהניסוי יש השלכות קליניות חשובות. נשים שמפרסמות תמונות של 'השראת כושר' באינסטגרם נוטות יותר לעסוק בהתנהגויות אכילה ובפעילות גופנית שעלולה להזיק לבריאותן הפיזית והנפשית ורואים זאת בכך שכמעט חמישית מהנשים הללו היו בסיכון לאבחון הפרעת אכילה. הנחה סבירה היא שלפחות בחלק מהנשים, למרות שהן מוצגות

כחטובות ובריאות, הפרסום של תמונות 'השראת בריאות' הוא דרך מאושרת מבחינה תרבותית של רציונליזציה של הגבלת תזונה, אכילה מופרעת ופעילות גופנית מוגזמת. תמונות אלו הופכות להיות חלק מהמדיה החברתית ויש אפשרות הגיונית שצפייה בתמונות כאלה מקדמת אובססיה לדימוי גוף, אכילה מופרעת (הכוללת הגבלות תזונתיות קיצוניות) ואימון גופני כפייתי במשתמשים האחרים שצופים בתמונות אלה, במיוחד בקרב קבוצות פגיעות במיוחד כמו נערות.

ואכן, מחקר קודם שפורסם ב-2015 ניסה לחקור את ההשפעה של צפייה בתמונות 'השראת כושר'-Fitspiration- על דימוי גופן של נשים³⁴. החוקרים שיערו שבעוד מגמת 'השראת הכושר' נועדה לתת השראה ולהשפיע באופן חיובי, היא עשויה להשפיע דווקא לרעה על דימוי הגוף של הצופות בתמונות. המשתתפות היו 130 סטודנטיות שהוקצו בצורה אקראית לצפייה בסט תמונות של 'השראת כושר' או לצפייה בתמונות של טיולים כביקורת ולאחר מכן מילאו שאלונים המודדים לפי סקלות שונות את דימוי גופן ויחסן למראה החיצוני שלהן. התוצאות הראו כי חשיפה לתמונות של 'השראת כושר' הובילה למצב רוח שלילי יותר, חוסר שביעות רצון מהגוף וירידה בהערכה עצמית של המראה החיצוני ביחס לצפייה בתמונות של טיולים. ניתוחי רגרסיה הראו שההשפעות השליליות של התמונות היו בתיווך של השוואת המראה החיצוני. בכך הגיעו למסקנה שלמגמה 'השראת כושר' ברשתות החברתיות יכולה להיות השפעה שלילית בלתי רצויה על דימוי גוף אצל הצופים.

סיכום

בעבודה זו נחשפתי לאספקטים רבים בה משפיעה הרשת החברתית על דימוי גוף, הפרעות אכילה והתפיסה של אידיאל היופי. לצד אספקטים אינטואיטיביים וברורים מאליהם, יש אספקטים נוספים שפועלים על התת מודע של המשתמש ברשת החברתית ובכך מעצבים את תפיסותיו וחשיבתו. הבנת ההשפעה של הרשתות החברתיות על כלל הפונקציות השונות שהן מכילות (תמונות, פידבקים, עריכה) יכולה להביא למודעות רבה יותר והסתכלות רחבה יותר. יש אחריות רבה על המשתמשים ברשתות החברתיות להבין גם את הצדדים האחרים של הרשת החברתית, להבין מי בעלי האינטרסים ומה מטרתם. בנוסף, האחריות של המשתמש היא ליצור לעצמו סביבה חיובית שבה הוא מרגיש נעים ובטוח, לבחור בקפידה אחרי מי הוא עוקב, מה התכנים שהוא צורך והאם הם מתכנסים עם מטרתו. בנוסף, בעידן בו הרשת החברתית היא חלק בלתי נפרד מחיינו ומחיי המתבגרים, יש חשיבות רבה להסברה נכונה על נזקי וסכנות הרשת החברתית על ידי תכני חינוך בבתי הספר וכן התמקדות גם בתכני חיזוק חיובי של מראה, דימוי גוף וזהות אישית. יתר על כן, יש לנו כאנשי מקצוע אחריות גדולה גם ברשתות החברתיות במסרים אותם אנחנו בוחרים להעביר, הן בנוגע לתזונה והן בנוגע לכושר. מרחב אנשי המקצוע ברשת החברתית צריך להיות מרחב נייטרלי ובטוח ללא מסרים המנציחים את שפת הדיאטה וללא יחס משפיל ומבזה כלפי אכילה וכלפי הגוף. בהעברת מסרים של שפת הדיאטות בה פעילות גופנית היא כלי לשריפת קלוריות ופיצוי על אכילה, עלול להיות מצב הפוך של חוסר קידום בריאות ואף קידום הפרעות אכילה. בנוגע לתזונה, אין מקום למסרים הקובעים איזה מראה גוף הוא האידיאלי, אין מקום לתפריטים במרחב הציבורי ולא למסרים הגורמים ותומכים במערכת יחסים רעה עם האוכל. גם לגבי הכושר, המסרים צריכים להיות מסרים המקדמים כושר על מנת להנות מיתרונותיו הבריאותיים ולא מסרים שגויים לפיהם כושר שווה לשריפת קלוריות על מנת לרזות, פעילות פיצוי וכפרה על אכילת יתר. אנשי מקצוע, מאמנים ותזונאים המשתמשים במסרים זה כדי לזכות בפופולריות ממשיכים להנציח את אידיאל הרזון, תרבות הדיאטות ואת שפת הדיאטות ומרחיקים את השינוי המיוחל, ובסוף-השינוי בידיים שלנו.

מקורות

- (1) boyd, danah m.; Ellison, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 2007, 13 (1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- (2) Wikipedia. "facebook". Version July 2021. Internet: <https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%A4%D7%99%D7%99%D7%A1%D7%91%D7%95%D7%A7>
- (3) Statista (2017). Share of Facebook users worldwide who accessed Facebook via mobile from 2013 to 2018. (Accessed 15th August 2017). Available at: <https://www.statista.com/statistics/380550/share-of-global-mobilefacebook-users/>.
- (4) AIMIA: The Digital Industry Association of Australia Sensis. 2015. [2017-02-19]. Sensis Social Media Report May2015 https://www.sensis.com.au/asset/PDFdirectory/Sensis_Social_Media_Report_2015.pdf website.
- (5) Goodings, L. The Dilemma of Closeness and Distance: A Discursive Analysis of Wall Posting in MySpace. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 2011, Vol 12, No 3 (2011): Qualitative Archives and Biographical Research Methods. <https://doi.org/10.17169/FQS-12.3.1576>.
- (6) The Social Dilemma. Netflix. 2021. Internet: <https://www.netflix.com/il-en/title/81254224>
- (7) Frison, E.; Eggermont, S. Browsing, Posting, and Liking on Instagram: The Reciprocal Relationships Between Different Types of Instagram Use and Adolescents' Depressed Mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 2017, 20 (10), 603–609. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0156>.
- (8) Scherr, S.; Brunet, A. Differential Influences of Depression and Personality Traits on the Use of Facebook. *Social Media + Society* 2017, 3 (1), 205630511769849. <https://doi.org/10.1177/2056305117698495>.
- (9) Wikipedia. "Body image". July 2021. Internet: https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%93%D7%99%D7%9E%D7%95%D7%99_%D7%92%D7%95%D7%A3
- (10) Thompson, J. K.; Heinberg, L. J.; Altabe, M.; Tantleff-Dunn, S. *Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance.*; American Psychological Association: Washington, 1999. <https://doi.org/10.1037/10312-000>.
- (11) Thompson, J. K.; Stice, E. Thin-Ideal Internalization: Mounting Evidence for a New Risk Factor for Body-Image Disturbance and Eating Pathology. *Curr Dir Psychol Sci* 2001, 10 (5), 181–183. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00144>.
- (12) Thompson, J. K.; Heinberg, L. J. The Media's Influence on Body Image Disturbance and Eating Disorders: We've Reviled Them, Now Can We Rehabilitate Them? *Journal of Social Issues* 1999, 55 (2), 339–353. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00119>.
- (13) Kandel, D. B. Drug and Drinking Behavior Among Youth. *Annu. Rev. Sociol.* 1980, 6 (1), 235–285. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.06.080180.001315>.
- (14) Hohlstein, L. A.; Smith, G. T.; Atlas, J. G. An Application of Expectancy Theory to Eating Disorders: Development and Validation of Measures of Eating and Dieting Expectancies.

- Psychological Assessment 1998, 10 (1), 49–58. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.10.1.49>.
- (15) Killen, J. D.; Taylor, C. B.; Hayward, C.; Haydel, K. F.; Wilson, D. M.; Hammer, L.; Kraemer, H.; Blair-Greiner, A.; Strachowski, D. Weight Concerns Influence the Development of Eating Disorders: A 4-Year Prospective Study. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 1996, 64 (5), 936–940. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.64.5.936>.
- (16) Stice, E. A Prospective Test of the Dual-Pathway Model of Bulimic Pathology: Mediating Effects of Dieting and Negative Affect. *Journal of Abnormal Psychology* 2001, 110 (1), 124–135. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.110.1.124>.
- (17) Stice, E.; Agras, W. S. Predicting Onset and Cessation of Bulimic Behaviors during Adolescence: A Longitudinal Grouping Analysis. *Behavior Therapy* 1998, 29 (2), 257–276. [https://doi.org/10.1016/S0005-7894\(98\)80006-3](https://doi.org/10.1016/S0005-7894(98)80006-3).
- (18) Cohen, R.; Newton-John, T.; Slater, A. The Relationship between Facebook and Instagram Appearance-Focused Activities and Body Image Concerns in Young Women. *Body Image* 2017, 23, 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>.
- (19) Levine, M. P.; Murnen, S. K. “Everybody Knows That Mass Media Are/Are Not [Pick One] 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* 2009, 28 (1), 9–42. <https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.9>.
- (20) Festinger, L. A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations* 1954, 7 (2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
- (21) Tiggemann, M.; Miller, J. The Internet and Adolescent Girls’ Weight Satisfaction and Drive for Thinness. *Sex Roles* 2010, 63 (1–2), 79–90. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z>.
- (22) Krämer, N. C.; Winter, S. Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites. *Journal of Media Psychology* 2008, 20 (3), 106–116. <https://doi.org/10.1027/1864-1105.20.3.106>.
- (23) Modica, C. A. The Associations Between Instagram Use, Selfie Activities, Appearance Comparison, and Body Dissatisfaction in Adult Men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 2020, 23 (2), 90–99. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0434>.
- (24) Fardouly, J.; Vartanian, L. R. Negative Comparisons about One’s Appearance Mediate the Relationship between Facebook Usage and Body Image Concerns. *Body Image* 2015, 12, 82–88. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>.
- (25) Irving, L. M.; Dupen, J.; Berel, S. A Media Literacy Program for High School Females. *Eating Disorders* 1998, 6 (2), 119–131. <https://doi.org/10.1080/10640269808251248>.
- (26) Stice, E.; Mazotti, L.; Weibel, D.; Agras, W. S. Dissonance Prevention Program Decreases Thin-Ideal Internalization, Body Dissatisfaction, Dieting, Negative Affect, and Bulimic Symptoms: A Preliminary Experiment. *Int J Eat Disord* 2000, 27 (2), 206–217. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1098-108x\(200003\)27:2<206::aid-eat9>3.0.co;2-d](https://doi.org/10.1002/(sici)1098-108x(200003)27:2<206::aid-eat9>3.0.co;2-d).
- (27) Dumas, T. M.; Maxwell-Smith, M.; Davis, J. P.; Giulietti, P. A. Lying or Longing for Likes? Narcissism, Peer Belonging, Loneliness and Normative versus Deceptive like-Seeking

- on Instagram in Emerging Adulthood. *Computers in Human Behavior* 2017, 71, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>.
- (28) Chua, T. H. H.; Chang, L. Follow Me and like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls' Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior* 2016, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>.
- (29) Harper, B.; Tiggemann, M. The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-Objectification, Mood, and Body Image. *Sex Roles* 2008, 58 (9–10), 649–657. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9379-x>.
- (30) Bell, B. T.; Cassarly, J. A.; Dunbar, L. Selfie-Objectification: Self-Objectification and Positive Feedback (“Likes”) Are Associated with Frequency of Posting Sexually Objectifying Self-Images on Social Media. *Body Image* 2018, 26, 83–89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.005>.
- (31) Tiggemann, M.; Hayden, S.; Brown, Z.; Veldhuis, J. The Effect of Instagram “Likes” on Women's Social Comparison and Body Dissatisfaction. *Body Image* 2018, 26, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>.
- (32) Matlock, M. D. The Young and the Digital: What the Migration to Social-Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future - By S. Craig Watkins: Reviews. *Teaching Theology & Religion* 2011, 14 (1), 84–85. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9647.2010.00681.x>.
- (33) Jong, S. T.; Drummond, M. J. N. Hurry up and 'like' Me: Immediate Feedback on Social Networking Sites and the Impact on Adolescent Girls. *Asia-Pacific Journal of Health, Sport and Physical Education* 2016, 7 (3), 251–267. <https://doi.org/10.1080/18377122.2016.1222647>.
- (34) Tiggemann, M.; Zaccardo, M. “Exercise to Be Fit, Not Skinny”: The Effect of Fitspiration Imagery on Women's Body Image. *Body Image* 2015, 15, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>.
- (35) Boepple, L.; Thompson, J. K. A Content Analytic Comparison of Fitspiration and Thinspiration Websites: FITSPO THINSPO COMPARISON. *Int. J. Eat. Disord.* 2016, 49 (1), 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>.
- (36) Morris J. Compulsive exercise and overactivity. In: Morris J, editor. *ABC of Eating Disorders*. US: Wiley-Blackwell, 2008. pp. 15–19
- (37) Holland, G.; Tiggemann, M. “Strong Beats Skinny Every Time”: Disordered Eating and Compulsive Exercise in Women Who Post Fitspiration on Instagram: DISORDERED EATING IN WOMEN WHO POST FITSPIRATION. *Int. J. Eat. Disord.* 2017, 50 (1), 76–79. <https://doi.org/10.1002/eat.22559>.
- (38) Bamber, D. J.; Cockerill, I. M.; Rodgers, S.; Carroll, D. Diagnostic Criteria for Exercise Dependence in Women. *Br J Sports Med* 2003, 37 (5), 393–400. <https://doi.org/10.1136/bjism.37.5.393>.