

**אינטליגנציה רגשית ודימויי גוף:
הצצה לעולמם של בוגרים צעירים
הקשר בין אינטליגנציה רגשית, חשיפה לתוכני תמונות
בפייסבוק ודימויי גוף בקרב בוגרים צעירים
קטיה פולישוק וליהוא זיסברג**

תקציר

השימוש ברשת החברתית פייסבוק וחשיפה לתכנים ויזואליים האופייניים לרשת זו עלולים להיות בעלי השלכות שליליות על היבטים אישיים רבים ובהם דימויי הגוף של הפרט. המחקר הנוכחי הציע מודל שלפיו אינטליגנציה רגשית תמתן את הקשר בין חשיפה לתכנים ויזואליים בפייסבוק לבין דימויי גוף. במחקר השתתפו 127 צעירים וצעירות, גילאי 18-25. הם מסרו פרטים דמוגרפיים ומילאו שאלוני דיווח עצמי מקוונים, שכללו שאלון דימויי גוף (BIDQ), שאלון מידת שימוש בפייסבוק (Facebook Questionnaire) ושאלון אינטליגנציה רגשית כתכונה (TEIQue-SF). השערות המחקר אוששו חלקית: נמצא קשר חיובי בין אינטליגנציה רגשית כתכונה לבין דימויי גוף, אך בניגוד להשערת המחקר הראשונה נמצא קשר מתון חיובי בין חשיפה לתוכני תמונות בפייסבוק לדימויי גוף. קשר זה הפך בלתי מובהק עם הצגת משתנה האינטליגנציה הרגשית. ניתוח נתיבים הציע כי לאינטליגנציה רגשית אפקט ישיר הן על מידת החשיפה לתכנים ויזואליים והן על דימויי הגוף ממצאים אלו מדגימים את התרומה של המושג אינטליגנציה רגשית להבנת תהליכים אישיים וחברתיים מורכבים המעסיקים אנשים צעירים, שהם קהל היעד הטיפוסי של תלמידי מערכת החינוך בת-זמננו, מהחינוך יסודי ועד לאקדמי.

מושגי מפתח: מחקר מתאמי, אינטליגנציה רגשית כתכונה, דימויי גוף, רשת חברתית, פייסבוק, חשיפה לתכנים חזותיים

מבוא

בשני העשורים האחרונים הפכה רשת האינטרנט לחלק בלתי נפרד מחיינו, וכיום היא ממלאת תפקיד חיוני בחיי היום-יום שלנו ומקיפה תחומים שונים של תפקוד, הכוללים את העבודה, חיי החברה ושעות הפנאי. רשת האינטרנט מאפשרת אינטראקציה בין הגולשים ברחבי העולם, שמספרם הוערך ב-2012 ב-2.5 מיליארד (Internet World Stats, 2012).

תופעה זו הביאה ליצירת "דור הרשת": דור צעירים שגדל לתוך סביבה המקיפה אותו בטכנולוגיה מכל עבר. דור הצעירים מתאפיין ברצון לקבל ולעבד מידע במהירות, במיומנות multitasking גבוהה, בציפייה לתוצרים מיידיים ובלמידה אקטיבית. רשת האינטרנט מספקת לצעירים הזדמנויות ויתרונות רבים, כגון אינטראקציה עם אנשים ללא תלות במיקום גאוגרפי, שאילת שאלות באופן אנונימי, קבלת מידע ותגובות מיידיות לפעולותיהם, חיפוש מידע, למידה, שיתוף, קניות ומשחקים - הכול ללא צורך לצאת מהבית. לצד ההזדמנויות יש חסרונות וסיכונים בולטים, ובהם בזבז זמן רב שניתן לנצלו לקשרים חברתיים בעולם האמיתי, התמכרות לאינטרנט, חשיפה לתכנים מאיימים או לא מבוקרים בקרב צעירים וצעירות, ניצול, הטרדות, רמאויות, אלימות, הימורים, חרם ברשתות החברתיות ולשון הרע (Vodanovich, Rohde, Dong, & Sundaram, 2013).

החשיפה למדיה המסורתית בעבר ולאינטרנט כיום כוללת בין היתר חשיפה לדימויים ויזואליים המציבים אידיאל יופי ואסתטיקה הנחשב לא ריאלי (McCreary, 2011). המדיה האלקטרונית נשענת בבניית התכנים והמסרים על גירויים ויזואליים (Lister, 2013). אחד מסוגי הדימויים הוויזואליים הנפוצים הוא תמונות אנשים, בדרך כלל ידועים ומוכרים, ולעתים בהקשר מיני מרומוז או גלוי (Reichert & Lambiase, 2013) המדיה האלקטרונית עצמה עוסקת רבות בתופעות שבהן תמונות ודימויים של דוגמניות ודוגמנים מקצועיים עוברים שינוי ומניפולציה דיגיטלית היוצרת סטנדרט של אסתטיקה שאינו מבוסס על מציאות בת-השגה (Krawitz, 2014).

מחקרים רבים מצביעים על קשר בין חשיפה לתכנים פופולריים במדיה (ובעיקר תכנים ויזואליים) לבין דימויי גוף שלילי (Tiggemann, 2002; Derenne &).

קלה לאינסוף תכנים המשדרים את אידאל היופי אך גם מאפשרת מקום מפלט מסטנדרטים מציאותיים של מראה חיצוני. משתמשים רבים יוצרים לעצמם מציאות וירטואלית המכונה Second Life (SL), שהוא עולם תלת-ממדי וירטואלי שנבנה על ידי תושביו. מפתחיו מציעים לכל תושב ליצור דמות אוטאר ולבנות את עולמו יחד עם אוטארים נוספים. עיצוב האוטאר כולל מגוון רחב של אפשרויות, ורוב המשתמשים יוצרים אוטארים שהם גרסה משופרת ואטרקטיבית יותר של עצמם במציאות (פורת, 2009; Kaplan & Haenlein, 2010).

צעירים רבים מבלים זמן רב ברשתות חברתיות המאפשרות ליצור פרופיל אישי. גם כאן יש מקום להצגה עצמית בסינון הפרטים הלא רצויים. בניגוד ל-SL, מדובר לרוב בתמונות ופרטים הקרובים יותר למציאות. כך למשל מאפשרת הרשת החברתית פייסבוק ליצור פרופיל ולהעלות תכנים העוסקים בתמונות. כאן כבר לא מדובר בצפייה פסיבית בתמונות של מפורסמים או של דוגמניות, אלא בתמונות של חברים ושל עצמי שלא רק נצפות אלא גם מדורגות מיידית ב"לייקים" ובתגובות מילוליות לעיני משתמשים רבים. בדיקת פרופיל הפייסבוק היא חלק בלתי נפרד משגרת יומם של הצעירים בישראל ובעולם והיא חושפת אותם לדירוג תמונותיהם ותמונות חבריהם (בוניאל-נסים וברק, 2009).

ההשוואות התכופות בין התמונות והחשיפה בעלת הפן השיפוטי-חברתי עלולות להביא לחוסר שביעות רצון מהמראה החיצוני ולדימוי גוף שלילי אצל משתמשים מסוימים, ואצל אחרים - להעלאת שביעות הרצון - על בסיס דינמיקות של משוב מחברים ומציבור הנחשפים לתכנים אלו ברשת החברתית. אף שברור שגורמים חברתיים (כגון טיב המשוב על תכנים המועלים על ידי הפרט לרשת) ממלאים תפקיד חשוב, יש מקום לבחון גורמים אישיים הקשורים למידה שמשו כזה ואחר מותירים חותם על מאפייני העצמי בכלל ובמקרה שלנו על דימוי גוף בפרט.

גורם אחד מני רבים העשויים להיות רלוונטיים להבנת הבדלים אלו הוא רמת האינטליגנציה הרגשית של המשתמשים. מאחר שיכולות רגשיות של אנשים נמצאו כחשובות מאוד להתפתחות של דימוי גוף (Mikolajczak, Petrides),

(Hurry, 2009 &), אפשר להניח כי שליטה ברגשות והבנתם ברמה גבוהה יאפשרו יצירה ושימור של דימויי גוף חיובי יותר על אף החשיפה התכופה לאידאלי יופי חברתיים ותרבותיים בהקשר שיפוטי הנובע מדירוגי התמונות וה"לייקים" המתבקשים.

המחקר הנוכחי יבחן את התרומה הפוטנציאלית של מושג האינטליגנציה הרגשית להבנת הקשר בין חשיפה לתכנים ויזואליים ברשת החברתית פייסבוק לבין דימויי גוף.

דימויי גוף

המושג דימויי גוף הוגדר עוד בשנות החמישים של המאה ה-20 כתמונה של הגוף שלנו כפי שאנו יוצרים אותה בתודעתנו (Schilder, 1950). מאז התפתח המחקר בתחום' וכיום נוהגים להתייחס לדימויי הגוף כאל דרך שאנשים תופסים את גופם ומעריכים כי הוא נתפס בעיני אחרים (Cash & Pruzinsky, 1990).

יש המגדירים דימויי גוף כשילוב של התפיסות, העמדות, הרגשות והמחשבות של הפרט על גופו ועל המראה הפיזי הכללי שלו (Cash & Henry, 1995). דימויי גוף מומשג בדרך כלל כייצוג מנטלי, סובייקטיבי, הכולל את הערכת הפרט את גודל גופו, הערכת אטרקטיביות גופו והרגשות המקושרים לצורת הגוף ולגודלו (Cash, 2000; Cash & Henry, 1995). ייצוג זה מתעצב בהדרגה ולאורך זמן (Fallon, 1990) ומהווה מבנה אישי דינמי המעצב את מערכת התפיסות ותגובות הגומלין בין הפרט, הגוף וסביבתו החברתית (Calogero & Thompson, 2010).

דימויי גוף שלילי מתבטא בחוסר שביעות רצון מהגוף, שמוגדר כסתירה בין תפיסות סובייקטיביות של הפרט את גופו אל מול האידאל שהוא מציב לעצמו או המוצב לו (Ogden, 2007). אודן מצא שלוש סיבות אפשריות לחוסר שביעות רצון מהגוף: 1) תפיסה או הערכה מעוותת של הגוף 2) פער (סובייקטיבי או אובייקטיבי) בין תפיסות הפרט את עצמו ובין האופן שהוא מעוניין להיראות, 3) רגשות שליליים כלפי הגוף. דימויי גוף שלילי הוא תופעה רווחת יותר בקרב נערות ונשים ברוב הארצות המפותחות (Cash, 2004; Cash & Pruzinsky, 2002; Swami).

(et al., 2010). זהו נתון חשוב, מכיוון שדימוי גוף שלילי עלול להביא לליקויים במגוון רחב של תפקודים חברתיים ורגשיים, כגון תפקוד בעבודה, בלימודים ובחיי החברה, תפקוד מיני, חרדה חברתית, דיכאון והפרעות אכילה. בקרב בעלי דימוי גוף שלילי יש הנוטים לנקוט אמצעים כמו דיאטות וניתוחים פלסטיים שלא תמיד נחוצים, אינם פותרים את הבעיה ואף גרוע מזה, גורמים לבעיות רפואיות (Cash & Smolak, 2011).

המחקרים בתחום עוסקים בקשר בין מגוון גורמים דמוגרפיים, פסיכולוגיים, חברתיים ותרבותיים ובין היבטים שונים של דימוי עצמי ודימוי גוף. דימוי גוף חיובי תואר כמקושר לגורמים ובהם תפיסות של אושר (Grogan, 1999; Ogden, 2007), הערכה עצמית גבוהה (ספיבק, 2010), שיפוט עצמי חיובי לגבי מידת אטרקטיביות, חוכמה, שליטה עצמית פיזית ופסיכולוגית (Ogden, 2010). לעומת זאת, דימוי גוף שלילי הראה קשר להערכה עצמית נמוכה ולנטייה לפרפקציוניזם בשיפוט (קפון-סוחצקי, 2007).

למרות הדגש הרב על נערות ונשים במחקרי דימוי גוף, גם גברים בגילים שונים נמצאו חשופים ללחץ שמפעילים המדיה וגורמים אחרים למסרים בדבר נורמות של הופעה חיצונית (McCabe & Ricciardelli, 2004). מגזיני הגברים מלאים בתצלומי דוגמנים רזים, שריריים ובעלי תספורת מוקפדת. גברים צעירים מוציאים סכומים ניכרים על מנוי לחדר כושר, תספורת, מוצרי טיפוח, מניקור וטיפולי שעווה. כך למשל נטען כי עיון במגזינים העוסקים בכושר נמצא כקשור לחוסר שביעות רצון מהגוף אצל גברים (Duggan & McCreary, 2004).

המדיה ודימויים חזותיים אל מול דימוי הגוף

בתרבות המערבית העכשווית, האידאלים התרבותיים של המראה החיצוני מוצגים במדיה האלקטרונית והם זמינים, מידיים ונמצאים בכל מקום. יתר על כן, המסרים הוויזואליים המשדרים נורמות של מראה חיצוני מציבים סטנדרד של גופניות פנטסיונית, שמעצם ההגדרה אינה ניתנת להשגה. פרקטיקות של שינויים בתמונות שנועדו לגרום לדוגמניות ולדוגמנים להיראות רזים יותר ממראם במציאות ("פוטושופ"), ולהעלים פגמים טבעיים הן חזון נפרץ במדיה

האלקטרונית ואף במגזינים, וכמובן - ברשתות החברתיות (Tylka & Calogero, 2011), מה שמקצין עוד יותר את הסטנדרט האידאלי שהפרט משווה את עצמו אליו. כתוצאה מכך, אנשים רבים מפתחים דאגות הנוגעות לדימוי הגוף שלהם (Cohane & Pope, 2001). ואכן, שלא במפתיע מצאו חוקרים חוסר שביעות רצון, דאגה, בושה ותסכול רבים סביב דימוי הגוף בהקשר של חשיפה למסרים תרבותיים דרך המדיה (Groesz, Levine, & Murnen, 2002). לאורך ההיסטוריה היו האקלים הפוליטי הדומיננטי והאידאליים התרבותיים אחראים לעיצוב אידיאל הגוף הנשי, אך התרבות של היום חווה חשיפה מועצמת למדיה, שנוכחותה פולשנית יותר ומיידית יותר מאי פעם (Derenne & Beresin, 2006).

פייסבוק כזירת מדיה חברתית

חקר המדיה כגורם בהבנת הדינמיקה של דימוי גוף התמקד בחשיפה לטלוויזיה ולמגזינים ועסק פחות בכל הנוגע לשימוש באינטרנט ובהשלכותיו על דימוי הגוף (Grabe, Ward & Hyde, 2008). כיום כבר אין ספק שיש הצדקה למקד את תשומת הלב המחקרית בחשיפה לתכנים ומסרים דרך המרשתת והרשתות החברתיות (בוניאל-נסים וברק, 2009).

בחודש מרס 2013 מנתה הרשת החברתית פייסבוק כ-1.11 מיליארד משתמשים פעילים ברחבי העולם, עלייה של 23% לעומת השנה שקדמה לה (Facebook, 2013). בדומה לרשתות חברתיות אחרות, פייסבוק מאפשרת למשתמשיה ליצור פרופיל ומחייבת לכלול בו שם, מגדר, תאריך לידה, וכתובת דוא"ל. כל פרט מלבד אלה נתון לשיקול דעתו של המשתמש. הוא יכול להוסיף תמונות פרופיל, פרטים על מקום מגוריו, מוסד לימודים, מקום העבודה, תחומי עניין, פרטי התקשרות ועוד (בוניאל-נסים, 2010; Boyd & Hargittai, 2010). האינטראקציה עם חברים נוספים ברשת מתאפשרת באמצעות רשימת החברים, ה"קיר", סטטוסים, אירועים, תמונות, וידאו, הודעות, קבוצות ו"לייקים". פייסבוק מאפשרת למשתמשים להעלות אלבומי תמונות וידאו, ומשתמשים אחרים יכולים להגיב עליהם. החברים ברשת החברתית יכולים לצפות בתמונות ולהגיב על התמונות של עצמם וכן על תמונות של משתמשים אחרים. סביבת

הפייסבוק גם מאפשרת למשתמשיה לתת ולקבל תגובה מיידית על התכנים המועלים לפרופיל וכן על הופעתם החיצונית של החברים ברשת. התגובות יכולות להיות תשובות מובנות על ידי לחיצה על כפתור I like ו-unlike ושימוש ברגשונים או בתגובה מילולית (Facebook, 2013).

מחקר שבחן את מידת התפוצה והחדירה של פייסבוק בארצות הברית מצביע על שימוש נרחב ברשת החברתית ומציין כי 96% מהתלמידים והסטודנטים מדווחים על שימוש בפייסבוק (Smith & Borreson-Caruso, 2010). שימוש נרחב זה עורר חוקרים לבחון את השפעתו על תחומים שונים בחייהם של הצעירים. בין השאר נבחנו קשרים בין גורמים פסיכולוגיים כגון נרקיסיות (narcissism), הערכה עצמית, ערך עצמי ושביעות רצון מהחיים (Manago, Taylor, & Greenfield, 2012; Stefanone, Lackaff, & Rosen, 2011; Mehdizadeh, 2010; Christofides, Muise, & Desmarais, 2009).

מסקנות החוקרים ממחקרים אלה הן, כי המבנה והתפקוד של יישומי פייסבוק מדמים אינטראקציה חברתית יומיומית, שבעודה מאפשרת שיח ושמירת קשר מתמדת עם רשת חברתית מוגדרת מראש, היא מייצרת תהליך מתמיד של הערכה והשוואה חברתית באופן מודגש וחזק יותר מאשר באינטראקציות בין-אישיות מסורתיות, ומדגישה תכנים ויזואליים. תפיסה זו היא המפתח לשאלת המחקר שלנו.

חשיפה ברשתות חברתיות ודימוי הגוף

הספרות הקלאסית ראתה בהיווצרות של דימוי גוף תהליך מתמשך המשלב הערכות קוגניטיביות לא מודעות והשוואה לא מודעת לאחרים קרובים, המבוססות בעקיפין על נורמות והנחות תרבותיות וחברתיות. תאוריית ההשוואה החברתית (Festinger, 1954) מניחה, כי אנשים מעריכים את עצמם באמצעות השוואות לדעותיהם וליכולותיהם של אחרים. לפי גישה זו סביר אפוא להניח, כי חשיפה לתמונות פייסבוק של אחרים בתדירות גבוהה עשויה להיות קשורה להשוואות מבוססות על מראה חיצוני ולהביא להשלכות על דימוי הגוף של משתמשים. ואמנם, מנגנון זה מקבל תמיכה עקיפה מהספרות העכשווית.

למשל, מחקרים הראו כי מי שנוטים לשפוט את המראה החיצוני שלהם בדרך של השוואה חברתית מביעים חוסר שביעות רצון ממנו (Myers & Crowther, 2009). במחקר שנערך בגרמניה וכלל משתמשי רשתות חברתיות נמצא שנשים, יותר מגברים, דיווחו על השוואה חברתית כמניע עיקרי לצפייה בתמונות של אחרים (Haferkamp, Emiler, Papadakis, & Kruck, 2012). מחקרים בחנו את הקשר בין מגמות של שינוי דימוי הגוף בגיל ההתבגרות בעקבות השימוש בפייסבוק מול החשיפה למדיה המסורתית. למשל, מחקר שנערך בארצות הברית לבחינת הדמיון בין חשיפה לתמונות של דמויות מפורסמות במדיה המסורתית אל מול הפייסבוק מצא שחשיפה למדיה זו מביאה לחוסר שביעות רצון מהגוף, לרצון לרזות ואף להפרעות אכילה (PladoCostante, 2013). מחקר שבדק מדגם קטן של בנות מצא קשר בין מידת החשיפה לפייסבוק ולמייספייס (Myspace), אך לא מצא קשר בין דימוי גוף לאתרים MSN ו-Youtube ואחרים, שבהם התכנים לא בהכרח ממוקדים בדימויים ויזואליים אישיים (Tiggemann & Miller, 2010).

במחקר שנערך באוסטרליה בקרב 1,087 בנות בגיל 13-15 קבלו משתמשות פייסבוק דירוג גבוה יותר בכל המדדים של עיסוק בדימוי גוף מאשר עמיתותיהן ללא חשבון פייסבוק. כמו כן נמצא מתאם בין מספר החברים בפייסבוק להפנמה של אידאל הרזון, פיקוח גוף והרצון לרזות (Tiggemann & Slater, 2013). בישראל נבחן הקשר בין הפרעות אכילה ודימוי גוף לחשיפה לסוגים שונים של תקשורת. הממצאים הראו מתאם חיובי בין מידת השימוש של נערות בפייסבוק לבין עמדות והתנהגויות לא תקינות בתחומי אכילה, דיאטה, דחף לרזון, אי שביעות רצון מהגוף, נטייה לבולימיה ודימוי גוף נמוך (ספיבק, 2010). מחקר שנערך בארצות הברית בקרב בנות מתבגרות בגיל 12-18 איתר מאפיינים ספציפיים בפייסבוק ומצא קשר מובהק בין חשיפה בתדירות גבוהה לפעילויות שבמוקד שלהן תמונות לבין חוסר שביעות רצון מהמשקל, רצון לרזות, הפנמה של אידאל הרזון והחפצה עצמית (Meier & Gray, 2013).

מן הנסקר לעיל נראה אפוא, שיש בסיס אמפירי ראשוני לטענה שחשיפה לתכנים ויזואליים ברשתות חברתיות כדוגמת פייסבוק קשורה להיבטים שונים של דימוי הגוף. אחת השאלות שמתעוררת בעקבות זאת היא: האם מאפיינים

אישיים מסוימים מאפשרים לפרט חסינות יחסית מפני חשיפה לתכנים אלו ברשתות החברתיות, ואם כן, אילו הם? אחד המושגים המושכים תשומת לב רבה בספרות העכשווית הוא המושג אינטליגנציה הרגשית.

אינטליגנציה רגשית

המושג אינטליגנציה רגשית (להלן: א"ר), מושג חדש יחסית, מושך תשומת לב רבה במחקר ובפרקטיקה בתחומי החינוך, הפסיכולוגיה הארגונית ולאחרונה גם בחקר הבריאות (Mayer, Roberts & Barsade, 2008). הגדרות המושג נשענות על דיסציפלינות שונות: החל מגישה התנהגותית וכלה בגישה אישיותית. עם זאת ניתן לומר כי כל ההגדרות המוצעות בספרות מניחות שאנשים שונים תופסים ומפרשים באופן שונה את רגשותיהם ואת הרגשות של אחרים (Cherniss, 2010). המודל של בר און (The BarOn Model of Social and Emotional Intelligence, 1997, Bar-On, ESI), רואה בא"ר מושג אקלקטי הכולל נטיות התנהגות תוך-אישיות ובין-אישיות ומתייחס לתכונות ולכשרים המאפשרים לפרט להסתגל לדרישות החברתיות והרגשיות בחיים. במודל חמישה מרכיבים עיקריים: כישורים תוך-אישיים, כישורים בין-אישיים, כושר הסתגלות, ניהול רגשות דחק ומצב רוח כללי. על פי מודל נוסף, הרווח כיום בשדה המחקר, א"ר היא יכולת קוגניטיבית לזהות, להביע ולסווג רגשות (Mayer, Salovey, & Caruso, 2001). מודל אחר רואה בא"ר מכלול של תפיסות עצמיות המביאות להתנהגות עקבית במצבים שונים (Petrides, Pita, & Kokkinaki, 2007).

מרכיבי אישיות הקשורים להתנהלות הרגשית נמצאו כבעלי חשיבות רבה להתפתחות של דימוי גוף (Mikolajczak, Petrides, & Hurry, 2009). במודל המגדיר א"ר כאוסף תכונות אישיות ארבעה מרכיבים: תפיסת רווחה, פְּרָדִיספּוֹזִיצִיות חברתיות, שליטה עצמית והבעת רגשות (Petrides et al., 2007). במילים אחרות, מדובר בַּמִּידָה שהפרט מראה נטיות התנהגותיות המכוונות לאוריינות רגשית בנוגע לעצמו ובנוגע לזולתו. קיימות עדויות המציעות כי א"ר ברמת התכונה (או א"ר כתכונה) קשורה להתנהגויות מסתגלות ברמה התוך-אישית, החברתית ואף הבריאותית (Petrides, Pita, & Kokkinaki, 2007).

אינטליגנציה רגשית, חשיפה לתכנים ויזואליים ודימויי גוף

א"ר כתכונה נמצאה קשורה להתנהלות בין-אישית ולעיבוד של מידע בין-אישי (Schutte et al., 2001), וכן לנגזרות של תכונות ומאפייני אישיות ובהן תפיסה עצמית ודימויי עצמי (Petrides, Pita, & Kokkinaki, 2007). על בסיס ממצאים מסוג זה (המצויים כיום בשפע בספרות המקצועית) נוכל לשער, כי א"ר מאפשרת לאנשים לווסת את התפיסה החברתית שלהם ואת השיפוט הנובע ממנה. על אף האזכור החוזר ונשנה של תפקיד הרגשות בהגדרות של דימויי גוף (Cash & Henry, 1995; Fallon, 1990), יש רק מחקר רלוונטי אחד העוסק ישירות בשאלה זו, ובאופן ספציפי, בפער שבין המשקל בפועל לבין המשקל האידאלי ודימויי גוף חיובי. ממצאיו הראו כי א"ר כתכונה עשויה לשמש משתנה הממתן את הלחץ הנתפס בהשפעת המדיה לסוגיה (Swami, Begum & Petrides, 2010). המחקר הנוכחי נועד לבחון את הקשר בין חשיפה לתמונות בפייסבוק לבין דימויי גוף ואת תפקידה של האינטליגנציה הרגשית בקשר ביניהם.

המחקר

מערכת החינוך היא בית לצעירים וצעירות בגילים שעל פי המחקר שנערך עד כה הם הפגיעים והחשופים ביותר להשפעות הרשתות החברתיות, המיוצגות במחקר הנוכחי על ידי פייסבוק. משתמשי פייסבוק נחשפים מדי יום לדירוג של תמונותיהם ותמונות חבריהם ברשת, ועושים השוואות העלולות לפגוע בדימויי הגוף שלהם. מחקרנו צמח מתוך השאלה: האם א"ר כתכונה היא גורם ממתן בקשר שבין חשיפה לתמונות בפייסבוק לבין דימויי גוף? ככל הידוע לנו, טרם נערך מחקר מסוג זה בקרב צעירים בישראל.

השערות המחקר

1. יימצא קשר שלילי בין רמת החשיפה לתכנים הקשורים לתמונות בפייסבוק לבין דימויי גוף.
2. יימצא קשר חיובי בין אינטליגנציה רגשית לבין דימויי גוף.
3. אינטליגנציה רגשית תמתן את הקשר בין רמת החשיפה לתכנים הקשורים לתמונות בפייסבוק לבין דימויי גוף.

השיטה

מערך המחקר

נעשה שימוש במערך מתאמי בשל הרגישות האתית של שימוש במניפולציות בתחום של השפעות על דימוי הגוף של צעירים וצעירות וכדי להימנע מסיכון המשתתפים מבחינה רגשית ואישית. המשתתפים גויסו בשיטת "חבר מביא חבר" באמצעות שיתוף ברשת החברתית פייסבוק. הנבדקים השתתפו במחקר בהתנדבות.

המשתתפים

את השתתפותם במחקר התחילו 200 נבדקים, אולם רק 127 מהם השלימו את מילוי השאלונים. המדגם כלל צעירים וצעירות מישראל בעלי חשבון פייסבוק פעיל (74.8% נשים ו-25.2% גברים). טווח הגילים היה 18-25, והגיל הממוצע עמד על 23.09 (סטטיית תקן 1.80). רוב הנבדקים היו רווקים (94.5%), 5.5% נשואים. 50.4% נמצאו במערכת יחסים עם בן זוג קבוע ו-49.6% לא היו במערכת יחסים עם בן זוג קבוע. רוב המדגם יהודים (88.2%), 3.9% נוצרים, 2.4% מוסלמים, 1.6% דרוזים ו-3.9% אחר. 74% מהנבדקים הגדירו עצמם כחילונים, 15.7% מסורתיים, 7.1% דתיים ו-3.1% הגדירו את מידת דתיותם כ"אחר". 65% מהנבדקים הם בעלי השכלה תיכונית, 31.5% בעלי תואר ראשון ו-3.1% בעלי תעודת מקצוע.

כלים

פרטי רקע דווחו על ידי הנבדקים בשאלון דמוגרפי וכללו פרטים לא מזהים, כגון גיל, מגדר, מצב משפחתי, השכלה ודת.

דימוי גוף הוערך באמצעות השאלון Body Image Disturbance Questionnaire (Cash, Phillips, Santos, & Hrabosky, 2004). השאלון כולל 7 היגדים הנוגעים להערכת הפרט את גופו. לדוגמה: "עד כמה את/ה מודאג לגבי הצורה החיצונית של (חלקי גוף שונים)". הנבדקים התבקשו לדרג בסולם ליקרט הנע בין 1 ל-5 עד כמה ההיגדים נכונים בעיניהם. בשאלון גם נכללו תשע שאלות בנוגע לאזורים שונים בגוף, והנבדק התבקש לסמן לגבי כל אחד מהם אם הוא

מרוצה מהם או לא. השאלון מעריך את ההפרעה בדימוי הגוף באמצעות פריטים המתייחסים לדאגות הקשורות למראה חיצוני, לעיסוק רגשי בדאגות אלה ולחוויית הקשורות למצוקה רגשית. השאלון בעל מהימנות פנימית גבוהה (-0.80 ו-0.95) וכן מהימנות מבחן חוזר (-0.88); (Grasso 2005 & Cash). ציון השאלון חושב כך שכלל שהציון גבוה יותר, כך דימוי הגוף חיובי ו"בריא" יותר.

חשיפה לפייסבוק נמדדה באמצעות שאלון פייסבוק (Meier & Grey, 2013). בשאלון, שתורגם לעברית בשיטת back to back translation, שני חלקים: החלק הראשון מתייחס לשימוש כללי באינטרנט ובפייסבוק. חלק זה כולל שאלות מקדימות שהתשובה עליהם היא "כן/לא" והן כוללות היבטים שונים של גישה ושימוש ברשת. לאחר מכן מתבקש הנבדק לסמן את תדירות השימוש שלו באינטרנט מתוך שש קטגוריות הנעות בין A שפירושו "אף פעם/כמעט אף פעם" ל-F שפירושו "יותר משלוש שעות ביום". בהמשך מתבקש הנבדק לסמן את תדירות השימוש בפייסבוק מתוך שש קטגוריות הנעות בין A - "אף פעם/כמעט אף פעם" ל-F - "יותר משעתיים ביום". החלק השני מתייחס לחשיפה לפעולות הקשורות למראה חיצוני בפייסבוק. חלק זה כולל 24 פריטים של פעולות שפורסמו כפופולריות על ידי רשת הפייסבוק. הפעולות היותר פופולריות נעות על סולם של בין 1 - "כמעט אף פעם/אף פעם" לבין 5 - "כמעט בכל פעם שאני נכנס לפייסבוק", ותשע הפעולות הפחות פופולריות נעות על סולם שבין 1 - "כמעט אף פעם/אף פעם" לבין 5 - "יותר מפעם בחודש". סולם זה הותאם מחדש במחקר הנוכחי והוא נע בין 0 - "אף פעם" לבין 5 - "כל יום או כמעט כל יום". אחרי מילוי השאלון חושב סכום הדירוגים של כל הפריטים ויצר את ציון הפייסבוק הכללי (FBQ). כמו כן חושב סכום שמות הפריטים שכוללים פעולות הקשורות לתמונות ולדימויים ויזואליים (PS) וחולק בציון הפייסבוק הכללי. התוצאה יצרה את הציון של החשיפה למראה חיצוני (AES), המייצגת את פעולות המשתמש הקשורות לתמונות ביחס לשימוש הכולל בפייסבוק. מחברי השאלון מצאו במחקרם מהימנות פנימית (אלפא קרונבאך) של 0.87 ל-BQ (n=24) ו-0.81 ל-PS (n=8).

19 תרגום משפת המקור לשפת היעד, ואחר כך משפת היעד לשפת המקור, לשם ביקורת.

אינטליגנציה רגשית נמדדה באמצעות שאלון TEIQue-SF (Petrides & Furnham, 2006). השאלון, שהוא בעל מהימנות פנימית גבוהה, מודד א"ר כתכונה וכולל 30 פריטים שהנבדק מתבקש לדרג בסולם ליקרט, הנע בין 1 שפירושו "כלל לא מסכים" ל-7 - "מסכים מאוד". הפריטים עוסקים בתפיסת הפרט את נטיותיו להתמודד עם רגשות ועם יחסים בין-אישיים, למשל: "אין לי בעיה להביע את רגשותיי במילים". השאלון מחולק לארבעה עולמות תוכן: רוחה, שליטה עצמית, הבעת רגשות וחברתיות. ציון השאלון נעשה על פי ממוצע הפריטים המתארים כל אחד מסוגי ההתנהגויות. במחקר הנוכחי הייתה התייחסות לממוצע הציונים של כל הפריטים. מהימנותו המדווחת של הכלי עומדת על 0.88 (Heffernan, Griffin, McNulty, & Fitzpatrick, 2010).

הליך

הנבדקים גויסו למחקר על ידי הפצת קישור לשאלון ברשת החברתית פייסבוק ובקשה להשתתף בו. עם השאלון הופיע סטטוס ובו הקריטריונים להשתתפות במחקר: גילאי 18-25 בלבד ורק מי שיש לו חשבון פייסבוק פעיל. השאלון נבנה בתוכנת Qualtrics וכלל שאלון פרטים דמוגרפיים, שאלון דימוי גוף ושאלון פייסבוק. לשם שמירה על אנונימיות הנבדקים לא נדרשו פרטים מזהים. משך מילוי השאלון הדמוגרפי והשאלונים העוסקים בא"ר ובפייסבוק היה בממוצע 20 דקות. לפני כן הופיע הסבר על המחקר והוראות למילוי השאלון (נספח 1). צוין כי הגשת השאלון המלא היא בגדר מתן הסכמה מדעת להשתתפות במחקר. למשתתפים ניתנה האפשרות ליצור קשר כדי לקבל פרטים על המחקר. כאמור לעיל - כ-200 נבדקים נכנסו לקישור והחלו במילוי השאלון, אך רק 127 השלימו את ההליך וספקו מידע שאפשר עיבוד נתונים.

תוצאות

כצעד מקדים לבדיקת ההשערות חושבו מדדי סטטיסטיקה תיאורית עבור משתני המחקר המרכזיים כמו גם מתאמי פירסון פשוטים בין משתני המחקר, כפי שמראה לוח 1. עיון בלוח 1 מצביע על התפלגות נורמלית ברמת דימוי גוף

($SD = .05, M = 11.368$), במידת חשיפה לתוכני תמונות בפייסבוק ($SD = .72, M = 4.87$). ניתן לראות כי מידת הפיזור במידת החשיפה לתכנים ויזואליים בפייסבוק ורמות האינטליגנציה הרגשית מתונה.

ממתאמי פירסון שחושבו עולים הקשרים הבאים: (א) נמצא קשר חיובי בינוני בין א"ר לבין דימויי גוף (ב) נמצא קשר מובהק בין דימויי גוף למשתנה הדמוגרפי מידת הדתיות: יש קשר חיובי חלש בין מידת הדתיות לדימויי גוף. (ג) נמצא קשר חיובי חלש בין חשיפה לתוכני תמונות בפייסבוק לבין א"ר. (ד) נמצאו קשרים חיוביים חלשים וברמת מובהקות גבולית בין חשיפה לתוכני תמונות בפייסבוק למשתנה גיל. (ד) נמצא קשר שלילי חלש בין חשיפה לתוכני תמונות בפייסבוק למידת הדתיות. (ה) נמצא קשר שלילי בינוני בין המשתנים הדמוגרפיים מידת הדתיות וגיל.

לוח 1: מטריצת מתאמים וסטטיסטיקה תיאורית של המדגם (N=127)

משתנה	1	2	3	4	5	6
1. דימויי גוף	-					
2. גיל	0.16	-				
3. השכלה	.055	.110	-			
4. מידת דתיות	.149*	-.241**	-.008	-		
5. א"ר	.458***	.034	-.003	-.039	-	
6. פייסבוק ^a	.114	.140	-.133	-.181*	.161*	-
<i>M</i>	58.21	23.09			4.87	.40
<i>SD</i>	11.368	1.800			.72	.05

הערה: * $p < .001$, ** $p < .01$, *** $p < .05$

a במשתנה פייסבוק הכוונה לחשיפה לתוכני תמונות ברשת החברתית facebook

על מנת לבחון את ההשערות נערך ניתוח רגרסיה מרובה בשני צעדים: בצעד הראשון נכללו משתני הרקע המופיעים בספרות כקורלטים של דפוסי שימוש בפייסבוק ושל דימויי גוף, וכן מידת החשיפה לתכנים ויזואליים בפייסבוק כחזאים של דימויי הגוף. בצעד השני הוסף המשתנה א"ר. תוצאות ניתוח הרגרסיה

מפורטים בלוח 2.

התוצאות הראו דפוס הפוך לזה שמשוער בהשערה הראשונה: חשיפה לתכנים ויזואליים בפייסבוק נמצאה בקשר מתון חיובי עם דימוי גוף, וכך גם מידת הדתיות, שהראתה קשר דומה עם משתנה המטרה. בהתאם להשערה השנייה, א"ר נמצאה בקשר חיובי עם דימוי גוף.

לוח 2: רגרסיה בצעדים להסבר השונות בדימוי הגוף (N=127)

משתנה	B	t	R square
ETA			
גיל	.04	.44	
מין	-	-	
השכלה	.13	1.47	
מידת דתיות			
חשיפה לתמונות בפייסבוק	.08	.96	R-square+.07
	.19	2.1	
	.18	**4	
	3*	1.9	
גיל	.04	.48	
מין	.16	2.0	
השכלה			
מידת דתיות	.08	6*	
חשיפה לתמונות בפייסבוק	.20	1.0	R-square=.27
	11.	0	
	46.	2.4	
א"ר		1**	
	3	1.3	
	6**	5.8	

*p<.01 **p<.05

השוואת התוצאות של הצעד הראשון והשני בניתוח הרגרסיה אפשרה לבחון את השערת המחקר השלישית: הוספת מדד הא"ר בצעד השני התלוותה

לאיפוס האפקט של מידת החשיפה לתכנים ויזואליים בפייסבוק. דפוס תוצאות זה פתוח לפרשנות ועשוי לתמוך במודל תיווך יותר מאשר במודל מיתון. כדי לבחון אפשרות של מודל תיווך נעשה שימוש בניתוח נתיבים, בעוד א"ר מוגדרת כגורם אקסוגני, דימוי גוף הוא המשתנה התלוי, ומידת החשיפה לדימויים ברשת החברתית מתווך את הקשר. תרשים 1 מפרט את המודל הסופי שנתמך על ידי נתוני המחקר.



תרשים 1: סיכום ניתוח נתיבים (מודל אמפירי) הבוחן את הקשרים בין א"ר, גיל, חשיפה לתכנים ויזואליים ברשת הפייסבוק ודימוי גוף

מוצג המודל שהראה הלימה טובה ביותר לנתונים.

Chi square=.98 (df=3); p=.93

NFI=.98; CFI = 1.00; RMSEA = .01

נתיבים בחצים מלאים מובהקים סטטיסטית ($p < .01$). חצים מקווקווים מציינים נתיב שלא אושש אמפירית.

המודל האמפירי שונה מהותית מהמודל המשוער: הנתונים לא תומכים לא במודל תיווך ולא במודל מיתון. ההלימה הטובה ביותר עם הנתונים מציעה קשרים

ישירים בין א"ר ומידת החשיפה לתכנים ויזואליים בפייסבוק מצד אחד, ודימוי גוף ממנ הצד השני. הנתבים המרמזים על תיווך או על מיתון לא זכו לתמיכה בבדיקה האמפירית.

דיון

מטרת המחקר הנוכחי הייתה לבחון את הקשרים בין א"ר כתכונה, חשיפה לתוכני תמונות בפייסבוק ודימוי גוף בקרב צעירים בישראל. תוצאות המחקר העלו דפוסים מעניינים ולא כולם צפויים: בניגוד להשערה הראשונה שצפתה קשר שלילי בין חשיפה לתכנים ויזואליים בפייסבוק ודימוי גוף, נמצא קשר חיובי בין השניים. ממצא זה הפוך לדפוס המופיע במחקר המועט בנושא (ספיבק, 2010; Tiggemann & Slater, 2010; Tiggemann & Miller, 2010; PladoCostante, 2013) ובמחקר היחיד שהתמקד בקשר בין חשיפה לתוכני תמונות בפייסבוק לבין דימוי גוף (Meier & Gray, 2013). הסבר אפשרי לתוצאה הבלתי צפויה עשוי לבוע מאופיו המתאמי של המחקר: ייתכן שמי שדימוי הגוף שלהם חיובי יותר מלכתחילה חשים נוח יותר להיחשף לתכנים ויזואליים בפייסבוק או פשוט פעילים יותר ברשת החברתית. יש מחקרים התומכים באפשרות שדימוי גוף חיובי הוא בסיס למעורבות חברתית גבוהה יותר בהקשרים שונים (לדוגמה, Morrison, 2004; Kalin, & Morrison, 2004).

ההשערה השנייה הייתה, שיימצא קשר חיובי בין א"ר לבין דימוי גוף. במחקר זה, המדד שנבחר לייצג א"ר הוא א"ר כתכונה (Petrides & Furnham, 2006). השערה זו אוששה: בקרב צעירים עם רמות א"ר גבוהה יותר נמצא דימוי גוף גבוה יותר. אישוש ההשערה עולה בקנה אחד עם ממצאי הספרות המחקרית, העוסקת בדימוי גוף וא"ר חברתית (Costarelli, Demerzi, & Stamou, 2009), א"ר כיכולת וכתכונה (Gardner, Quinton, & Qualter, 2014; Swami, 2010; Begum, & Petrides, 2010). ההסבר לכך עשוי להיות קשור להגדרות השונות של דימוי גוף, הכוללות ברובן רכיב רגשי מרכזי. כלומר, דימוי הגוף, לפחות בחלקו, מבוסס על תגובה רגשית של הפרט כלפי גופו (Bakhshi, 2011; Petrides et al., 2007). הרכיבים המרכיבים את המושג א"ר קשורים לאופן ולמידה שבהם האדם

מווסת את רגשותיו ואת תפיסותיו בנוגע לגופו ולהופעתו החיצונית. אם כן, סביר להניח כי מי שניחן בא"ר גבוהה ייטיב להתמודד בעקביות עם רגשותיו ביחס לגופו, גם מול סיטואציות ובהן השוואות לתמונות של חברים, תגובות שליליות או מספר נמוך של "לייקים". בהקשר זה, תוצאות המחקר אימתו את קו החשיבה התאורטי המקשר בין שני המושגים ואת מעט המחקר הקיים, שהוזכר לעיל, התומך באפשרות לקשר זה. אפשרות נוספת היא הקשר הכללי בין א"ר ובריאות ורווחה נפשית. ייתכן שדימוי גוף חיובי מעיד על רווחה נפשית - והוא בגדר מקרה פרטי של הקשר הכללי שעליו מדברים חוקרים (לדוגמה, Cherniss, 2010; Mikolajczak, Nelis, Hansenne & Quidbach, 2008).

ההשערה השלישית הייתה, שא"ר תמתן את הקשר בין רמת החשיפה לתכנים הקשורים לתמונות בפייסבוק לבין דימוי גוף. תוצאות המחקר לא תמכו בכך. גם תפיסה של מודל מתווך לא אוששה - העדויות מצביעות על נתיבי קשר ישירים בין א"ר, חשיפה לתכנים ויזואליים ברשת החברתית ודימוי גוף. על פי ממצאי המחקר הנוכחי, א"ר היא גורם משמעותי המסביר את תפיסת דימוי הגוף, מעבר להשפעות משתני רקע (שהתקבלו לא מובהקים בחלק ניכר מבדיקת ההשערות), ומשתנים סביבתיים (מידת החשיפה לתכנים ויזואליים). ממצא זה נתמך במחקר שבדק קשר בין א"ר לבין הפער בין המשקל האמיתי לדימוי הגוף (Swami, Begum, & Petrides, 2010) וגם במחקר שהדגים קשר בין א"ר כתכונה ודימוי גוף בקרב אתלטים (Costarelli & Stamou, 2009).

במושג א"ר כתכונה נכללות נטיות אישיות הקשורות לתפיסת מידע רגשי, עיבודו, ויסותו ושימוש בו. במחקרים אחדים נמצא קשר בין א"ר כתכונה לסגנון התמודדות מסתגל במצבי לחץ (Saklofske, Austin, Galloway, & Davidson, 2007; Petrides, Pe´rez-González, & Furnham, 2007), וכן נמצא כי לא"ר כתכונה יש השפעה ממתנת על לחץ שנוצר בתנאי מעבדה (Mikolajczak, 2007; Petrides, Luminet, & Coumans, 2007). מחקר אחר מצא קשר בין א"ר כתכונה לבין סגנון התמודדות אפקטיבי במצבי כעס, עצב, פחד, קנאה, בושה וגועל (Hastings, 2004) כמו כן נמצא קשר בין א"ר כתכונה לבין שימוש באסטרטגיות מסתגלות ושמירה על רגשות חיוביים כגון שמחה (Furnham & Petrides, 2003).

נראה אפוא כי בעלי א"ר גבוהה נוטים לראייה אופטימית, מעלים מחשבות וזיכרונות חיוביים במטרה להתמודד עם מצבם הרגשי, חושבים על הצעדים להתמודדות עם הבעיה ומתייחסים אליה באופן הראוי. הם נוטים פחות לראות את המצב המאתגר כטרגרדיה ופחות מאשימים את עצמם על הופעת הבעיה או על כך שאינם מצליחים לפתור אותה (Mikolajczak, Nelis, Hansenne, & Quoidbach, 2008).

אולם, תוצאות המחקר הנוכחי מגלות דפוס מורכב יותר מזה העשוי להשתמע מתפיסה פשטנית של תפקיד האינטליגנציה הרגשית בהתנהגות ובתפקוד היומיומיים. מחקר עתידי יוכל לבחון את האפשרות של קשרים דיפרנציאליים בין חשיפה לתכנים ויזואליים במדיה חברתית ובין דימוי גוף ברמות שונות של א"ר. המחקר הנוכחי מציע כיוון ראשוני לבדיקה עתידית בתחום שבו עדיין רב הנסתר על הנגלה ושטרם הצטברו בו עדויות די הצורך. העדויות המאששות קשר איתן ויציב בין א"ר ודימוי גוף מוסיפות לספרות המעטה הקיימת בתחום, שכן למיטב ידיעתנו זהו מחקר ראשון מסוגו המשלב א"ר בהקשר עכשווי זה. עם זאת, למחקרנו כמה מגבלות שיש להביאן בחשבון בעת הניסיון לפרש או להכליל את תוצאותיו. ראשית, יש לציין כי הנבדקים במחקר נדגמו ברשת חברתית אחת, שהשונות בה קטנה יחסית. כמו כן, נעשה שימוש בשאלוני דיווח עצמי העלולים להטות את התוצאות, בשל הנטייה לרצייה חברתית והטיות נוספות הנובעות מדיווח עצמי וידועות בספרות (Podaskoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003) הנבדקים מילאו את השאלונים בזמנים ובמקומות שונים כך שאי אפשר לשלול משתנים מתערבים שמקורם בסביבה ובזמן. ממצאינו התייחסו במידת מה למידת הדתיות של הפרט כחלק מהקשר בין א"ר ודימוי גוף, אלא שייצוג האוכלוסיה הדתית במדגם זה היה מצומצם, ומחקרי המשך ירצו בוודאי לבחון כיוון זה במדגמים מאוזנים יותר. מלבד זאת, המחקר הוא מתאמי ולא ניסויי, לכן אין לגזור ממנו סיבות אלא להסיק על קשר בלבד.

מחקרי המשך יוכלו לבחון את האפקטים במגוון רחב יותר של מדגמים, ובכלים החורגים מפורמט הדיווח העצמי. מחקר נוסף נדרש כדי לקדם את הבנתנו בדבר טיב ההשפעה הפוטנציאלית של א"ר על הנכונות של הפרט להיחשף לתכנים כאלו ואחרים ברשתות חברתיות וכן להיבטים שונים של הדימוי

העצמי שלו. כך גם בחינה של חשיפה לתכנים ויזואליים ישירים יותר ברשתות חברתיות, כגון אינסטגרם ותרבות ה"סלפי" עשויה להבהיר את תפקיד המרכיב הוויזואלי בקשר שנבדק כאן.

בשנים האחרונות ניכרה עלייה בשימוש ברשת החברתית פייסבוק, המייחדת מקום רב לעיסוק בתמונות, דבר המעורר תהייה בנוגע להשלכות על דימויי הגוף של הצעירים, הנחשפים מדי יום לשטף של תמונות ושל תגובות וביקורות עליהן. על אף המגבלות של המחקר הנוכחי, יש חשיבות לממצאיו, המראים כי א"ר עשויה למלא תפקיד חשוב בעיצוב דימויי גוף בקרב צעירים, הנחשפים לתוכני תמונות ברשת החברתית. ממצאים אלו הם צעד ראשון בדרך להבנה טובה יותר של האינטראקציה בין מאפיינים אישיים והשפעת המסרים הנקלטים על ידי צעירים ברשת החברתית ושל הדרך שצעירים מתמודדים עם עולם ההופך מורכב ומאתגר יותר משנה לשנה.

מקורות

איגוד האינטרנט הישראלי (2012). **שימוש בפייסבוק - נתונים דמוגרפיים ודפים מובילים.**

נדלה מתוך <http://data.isoc.org.il/data/82>.

בוניאל-נסים, מ' (2010). רוצה להיות חבר שלי? על חברות ואלימות בקרב ילדים ובני-נוער בפייסבוק. **עת השדה**, 5, 21-27.

בוניאל-נסים, מ' וברק, ע' (2009). פרו-אנה: נערות "עלומות" בסייברספייס. **מפגש לעבודה חינוכית סוציאלית**, 29, 171-192.

ספיבק, ז' (2010). **הקשר בין הפרעות באכילה ודימויי גוף לבין חשיפה לתקשורת ותחושת העצמה בקרב מתבגרות בישראל.** חיפה: חמו"ל.

פורת, א' (2009). **דימויי עצמי פיזי ווירטואלי, אינטראקציה מילולית ומרחק גופני בעולם הווירטואלי.** Second Life. חיפה: חמו"ל.

קפון-סוחצקי, פ' (2007). **הערכה עצמית, דימויי גוף, פרפקציוניזם והפרעות אכילה אצל נערות מתבגרות הלומדות בלט.** חיפה: חמו"ל.

Bakhshi, S. (2011). Women's body image and the role of culture: A review of

- the literature. *Europe's Journal of Psychology*, 7(2), 374-394.
- BarOn, R. (1997). The emotional quotient inventory (EQ-i). *Technical manual*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.
- Boyd, D., & Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares. *First Monday*, 15(8).
- Calogero, R. M., & Thompson, J. K. (2010). Gender and body image. In *Handbook of gender research in psychology* (153-184). New York: Springer .
- Cash, T. F. (2000). Body Image. In *Encyclopedia of psychology* (Vol. 1, 436-439). Washington, DC: American Psychological Association.
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1-5.
- Cash, T. F., & Grasso, K. (2005). The norms and stability of new measures of the multidimensional body image construct. *Body Image*, 2(2), 199-203.
- Cash, T. F., & Henry, P. E. (1995). Women's body images: The results of a national survey in the USA. *Sex roles*, 33(1-2), 19-28.
- Cash, T. F., Phillips, K. A., Santos, M. T., & Hrabosky, J. I. (2004). Measuring "negative body image": Validation of the Body Image Disturbance Questionnaire in a nonclinical population. *Body Image*, 1(4), 363-372.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. E. (1990). *Body images: Development, deviance, and change*. New York: Guilford Press.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: Guilford.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2011). *Body image: A handbook of science, practice and prevention*. 2nd ed. New York: Guilford.
- Cherniss, C. (2010). Emotional intelligence: New insights and further clarifications. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, 3, 183-191.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information control and disclosure on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different

- processes. *Cyber Psychology and Behavior*, 12(1), 1-5.
- Cohane, G. H., & Pope, H. G. (2001). Body image in boys: A review of the literature. *International Journal of Eating Disorders*, 29(4), 373-379.
- Costarelli, V., Demerzi, M., & Stamou, D. (2009). Disordered eating attitudes in relation to body image and emotional intelligence in young women. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 22(3), 239-245.
- Costarelli, V., & Stamou, D. (2009). Emotional intelligence, body image and disordered eating attitudes in combat sport athletes. *Journal of Exercise Science & Fitness*, 7(2), 104-111.
- Derenne, J., & Beresin, E. (2006). Body image, media, and eating disorders. *Academic Psychiatry*, 30(3), 257-261.
- Dong, Q., Urista, M. A., & Gundrum, D. (2008). The impact of emotional intelligence, self-esteem, and self-image on romantic communication over MySpace. *CyberPsychology & Behavior*, 11(5), 577-578.
- Duggan, S. J., & McCreary, D. R. (2004). Body image, eating disorders, and the drive for muscularity in gay and heterosexual men: The influence of media images. *Journal of Homosexuality*, 47(3-4), 45-58.
- Facebook (2013). *Facebook reports first quarter 2013 results*. Retrieved from: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=761090>
- Fallon, A. (1990). Culture in the mirror: Sociocultural determinants of body image. In T. F. Cash, & T. Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, and change* (80-109). New York: Guilford.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Gardner, K. J., Quinton, S., & Qualter, P. (2014). The role of trait and ability emotional intelligence in bulimic symptoms. *Eating Behaviors*, 15(2), 237-240.
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational

studies. *Psychological bulletin*, 134(3), 460.

Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16.

Grogan, S. (1999). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. London: Routledge.

Hastings, S. (2004). Emotional intelligence. *Times Educational Supplement*, 15, 11-14.

Heffernan, M., Quinn Griffin, M. T., McNulty, S. R., & Fitzpatrick, J. J. (2010). Self-compassion and emotional intelligence in nurses. *International Journal of Nursing Practice*, 16(4), 366-373.

Internet World Stats (2012). *World internet users and population stats*. Retrieved from: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Krawitz, M. (2014). Beauty is only photoshop deep: legislating models' BMIs and photoshopping images. *Journal of law and medicine*, 21(4), 859-874.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

Lister, M. (Ed.). (2013). *The photographic image in digital culture*. Routledge.

Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology*, 48, 369-380.

Mayer, J. D., Roberts, R. D., & Barsade, S. G. (2008). Human abilities: Emotional intelligence. *Annu. Rev. Psychol.*, 59, 507-536.

Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R., & Sitarenios, G. (2001). Emotional intelligence as a standard intelligence. *Emotion*, 1(3), 232-242.

McCabe, M. P., & Ricciardelli, L. A. (2004). Body image dissatisfaction among males across the lifespan: A review of past literature. *Journal of psychosomatic research*, 56(6), 675-685.

- McCreary, D. R. (2011). Body image and muscularity. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed.) (198-205). New York: Guilford Press.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Meier, E. P., & Gray, J. (2013). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 10, 1-8.
- Mikolajczak, M., Nelis, D., Hansenne, M., & Quoidbach, J. (2008). If you can regulate sadness, you can probably regulate shame: Associations between trait emotional intelligence, emotion regulation and coping efficiency across discrete emotions. *Personality and Individual Differences*, 44(6), 1356-1368.
- Mikolajczak, M., Petrides, K. V., & Hurry, J. (2009). Adolescents choosing self-harm as an emotion regulation strategy: The protective role of trait emotional intelligence. *British Journal of Clinical Psychology*, 48(2), 181-193.
- Mikolajczak, M., Petrides, K. V., Luminet, O., & Coumans, N. (2007). An experimental demonstration of the moderating effects of trait emotional intelligence on laboratory-induced stress.
- Morrison, T. G., Kalin, R., & Morrison, M. A. (2004). Body-image evaluation and body-image investment among adolescents: a test of sociocultural and social comparison theories. *Adolescence*, 39, 571-572.
- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*, 118(4), 683-698.
- Ogden, J. (2007). *Health psychology: a textbook*. 4th ed. Maidenhead, Berkshire: Open University Press.
- Ogden, J. (2010). *The psychology of eating: from healthy to disordered*

behavior. 2nd ed. Chichester, UK: Wiley-Blackwell.

Furnham, A., & Petrides, K. V. (2003). Trait emotional intelligence and happiness. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 31(8), 815-823.

Petrides, K. V., & Furnham, A. (2006). The role of trait emotional intelligence in a gender-specific model of organizational variables. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(2), 552-569.

Petrides, K. V., Pe´rez-Gonza´lez, J. C., & Furnham, A. (2007). On the criterion and incremental validity of trait emotional intelligence. *Cognition & Emotion*, 21, 26-55.

Petrides, K. V., Pita, R., & Kokkinaki, F. (2007). The location of trait emotional intelligence in personality factor space. *British Journal of Psychology*, 98(2), 273-289.

PladoCostante, M. (2013). *The effects of Facebook images on women's self-esteem and body image*. A master thesis presented to the State University of New York Institute of Technology. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879.

Reichert, T., & Lambiase, J. (Eds.) (2013). *Sex in consumer culture: The erotic content of media and marketing*. Routledge.

Saklofske, D. H., Austin, E. J., Galloway, J., & Davidson, K. (2007). Individual difference correlates of health-related behaviors: Preliminary evidence for links between emotional intelligence and coping. *Personality and Individual Differences*, 42, 491-502.

Schilder, P. (1950). *The image and appearance of the human body*. New York, NY: International Universities Press:

Schutte, N. S., Malouff, J. M., Bobik, C., Coston, T. D., Greeson, C., Jedlicka,

- C., & Wendorf, G. (2001). Emotional intelligence and interpersonal relations. *The Journal of social psychology*, 141(4), 523-536.
- Smith, S. D., & Borreson-Caruso, J. (2010). *The ECAR study of undergraduate students and information technology, 2010* (Research Study, Vol. 6). Boulder, CO: EDUCAUSE Center for Applied Research.
- Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2011). Contingencies of self-worth and social-networking-site behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 41-49.
- Swami, V., Begum, S., & Petrides, K. V. (2010). Associations between trait emotional intelligence, actual-ideal weight discrepancy, and positive body image. *Personality and Individual Differences*, 49(5), 485-489.
- Swami, V., Frederick, D. A., Aavik, T., Alcalay, L., Allik, J., Anderson, D., et al.. (2010). Body weight ideals and body dissatisfaction in 26 countries across 10 world regions: Results of the international body project I. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 309-325.
- Tiggemann, M., (2002). Media influences on body image development. In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Eds.). *Body image: a handbook of theory, research, and clinical practice* (91-98). New York: Guilford Press.
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex roles*, 63(1-2), 79-90.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.
- Tylka, T. L., & Calogero, R. M. (2011). Expose the Illusions, Crack the Codes: