



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ, ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΩΝ

Τμήμα Εκπαιδευτικής και Κοινωνικής Πολιτικής

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

«Επιστήμες της Αγωγής: Εκπαίδευση Ενηλίκων, Ειδική Αγωγή»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι ανησυχίες των
γυναικών σχετικά με την εμφάνισή τους και η δυσαρέσκεια με το σώμα
τους*

Ιωάννα Μαυριά

Θεσσαλονίκη 2021



Τμήμα Εκπαιδευτικής και Κοινωνικής Πολιτικής
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Επιστήμες της Αγωγής: Εκπαίδευση Ενηλίκων, Ειδική Αγωγή»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι ανησυχίες των γυναικών σχετικά με την εμφάνισή τους και η δυσαρέσκεια με το σώμα τους»
“Social media use, females’ appearance concerns and body dissatisfaction”

Ιωάννα Μαυριά

Εξεταστική επιτροπή

Σίμος Γρηγόριος (Επόπτης)

Συριοπούλου Χριστίνα

Γιαννούλη Βασιλική

Θεσσαλονίκη 2021

Η συγγραφέας βεβαιώνει ότι το περιεχόμενο του παρόντος έργου είναι αποτέλεσμα προσωπικής εργασίας και ότι έχει γίνει η κατάλληλη αναφορά στην εργασία τρίτων, όπου κάτι τέτοιο ήταν απαραίτητο, σύμφωνα με τους κανόνες της ακαδημαϊκής δεοντολογίας.

.....(υπογραφή).....

Ιωάννα Μαυριά

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
ABSTRACT	3
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	9
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ – ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	9
1.1. Ο άνθρωπος ως κοινωνικό ον	9
1.2. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης	11
1.3. Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης	14
1.4. Η επιρροή του Facebook.....	19
1.5. Η επιρροή του Instagram	25
1.6. Σχολιασμός εμφάνισης στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	35
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΕΝΝΟΙΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΟ ΣΩΜΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	35
2.1. Ανησυχίες για την εικόνα του σώματος.....	35
2.2. Δυσαρέσκεια με το σώμα	39
2.3. Επιτήρηση του σώματος	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	49

ΘΕΩΡΙΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΑΘΡΩΠΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥΣ .	49
3.1. Θεωρία αντικειμενοποίησης.....	49
3.2. Θεωρία αυτο-αντικειμενοποίησης	52
3.3. Κοινωνική σύγκριση	54
3.4. Εσωτερίκευση προτύπων.....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	62
ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ, ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ.....	62
4.1. Κατάθλιψη.....	62
4.2. Άγχος κοινωνικής εμφάνισης.....	66
4.3. Διάθεση – ρύθμιση συναισθημάτων	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	71
ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗ ΔΥΣΑΡΕΣΚΕΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ	71
5.1. Διατροφικές διαταραχές.....	71
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	77
Ανάγκη για παρέμβαση και αλλαγή.....	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	82
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	82
7.1. Σκοπός έρευνας και Ερευνητικοί στόχοι.....	82
7.2. Συμμετέχοντες.....	84
7.3. Ερευνητικά εργαλεία	83

7.4. Ερευνητική διαδικασία	86
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8.....	88
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	
8.1. Στατιστική ανάλυση	88
8.2. Συσχέτιση μεταβλητών	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9.....	95
ΣΥΖΗΤΗΣΗ	95
9.1. Συσχέτιση του Δείκτη Μάζας Σώματος με τις λοιπές μεταβλητές	96
9.2. Συσχέτιση της ηλικίας με τις λοιπές μεταβλητές.....	100
9.3. Συσχέτιση της επίγνωσης του αντικειμενοποιημένου σώματος με τις λοιπές μεταβλητές.....	103
9.4. Συσχέτιση των ευρημάτων με τις ανησυχίες των γυναικών για την εμφάνιση τους και τη δυσαρέσκεια με το σώμα τους	107
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	115
ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ.....	116
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ.....	117
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	118
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	120

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν κυρίαρχο ρόλο στους τρέχοντες άγραφους κοινωνικούς κανόνες και πρότυπα. Οι άνθρωποι και ειδικότερα οι νεαρές γυναίκες είναι εκείνες που επηρεάζονται περισσότερο από τις καταστροφικές επιπτώσεις της χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των σχετικών ανησυχιών σχετικά με την εξωτερική τους εμφάνιση. Η συχνή χρήση ΜΚΔ αποτελεί απειλή για την ψυχοσωματική υγεία των γυναικών, όπου στην αρχή εκδηλώνεται ως αισθήματα δυσαρέσκειας απέναντι στο σώμα τους.

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνηθούν ο αντίκτυπος της χρήσης ΜΚΔ στις ανησυχίες των γυναικών σχετικά με την εμφάνιση και στη δυσαρέσκεια του σώματος και οι μεταβλητές που λειτουργούν διαμεσολαβητικά στη σχέση αυτή. Το δείγμα αποτελούνταν από 375 γυναίκες διαφόρων ηλικιών που συμπλήρωσαν ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο, το οποίο περιελάμβανε εκτός από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, την κλίμακα OBCS που χρησιμοποιείται για τη μέτρηση των συσχετίσεων μεταξύ της χρήσης ΜΚΔ και της στάσης των ατόμων απέναντι στο σώμα τους. Τα αποτελέσματα δείχνουν θετική συσχέτιση μεταξύ της ηλικίας και του ΔΜΣ, καθώς και του ΔΜΣ και της ντροπής για το σώμα. Η ηλικία συσχετίστηκε αρνητικά με την επιτήρηση του σώματος και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης, ενώ η χρήση ΜΚΔ προέβλεψε επιτήρηση του σώματος στις γυναίκες, κοινωνικές συγκρίσεις, δυσαρέσκεια με το σώμα και ανησυχίες σχετιζόμενες με την εμφάνιση.

Δεν υπάρχει παρόμοια έρευνα στην Ελλάδα, επομένως μελλοντική έρευνα είναι απαραίτητη για να προσδιοριστεί ο βαθμός στον οποίο η χρήση των κοινωνικών μέσων

επηρεάζει τον ελληνικό πληθυσμό. Επιπλέον, ο καθορισμός του μεγέθους του αντίκτυπου συγκεκριμένων μέσων κοινωνικής δικτύωσης στους χρήστες και η συνεκτίμηση του ανδρικού πληθυσμού είναι τόσο οι περιορισμοί αυτής της έρευνας όσο και μελλοντικές ερευνητικές προτάσεις. Προγράμματα παρέμβασης, αρχίζοντας από τους ενεργούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης νέους, με στόχο τη δημιουργία μιας υγιούς εικόνας του σώματος και την ευαισθητοποίηση σχετικά με την αποδοχή και την αγάπη για τον εαυτό, θα εξαλείψουν τη ντροπή για το σώμα και τις επιβλαβείς κοινωνικές συγκρίσεις.

Λέξεις κλειδιά: χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης, γυναίκες, δυσαρέσκεια με το σώμα, ανησυχίες για την εμφάνιση, ντροπή για το σώμα, επιτήρηση σώματος

ABSTRACT

Social media play a dominant role on current societal norms and standards. People and especially young women are the ones that are most affected by the devastating consequences of social media use and the relative concerns about their physical appearance. Frequent social media use impinges upon and threatens females' psychosomatic health starting off as dissatisfactory feelings towards one's own body.

The purpose of this research is to examine the impact of social media use on females' appearance concerns and body dissatisfaction and the variables mediating this effect. The sample consisted of 375 women of various ages who completed an online questionnaire which included apart from demographic characteristics, the Objectified Body Consciousness Scale (OBCS) used to measure associations between social media use and one's own attitudes towards their body. Results show a positive correlation between age and BMI, as well as BMI and body shame. Age was negatively correlated with body surveillance and appearance control beliefs, whereas social media use predicted females' body surveillance, social comparisons, body dissatisfaction and appearance-related concerns.

There is no similar research conducted in Greece, so future research is needed to define the extent to which social media use affects the Greek population. Moreover, defining the effect size of specific social media platforms on users and taking into consideration the male population are both the limitations of this research and the future research proposals. Intervention programs, starting from the active on social media youth populations, aiming at establishing a healthy body image and at raising awareness about

self-acceptance and self-love would eliminate body shame and harmful social comparisons.

Keywords: social media use, women, body dissatisfaction, appearance concerns, body shame, body surveillance

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών «Επιστήμες της Αγωγής: Εκπαίδευση Ενηλίκων, Ειδική Αγωγή» με κατεύθυνση την ειδική αγωγή κατά το πρώτο εξάμηνο του 2021. Σε μία δύσκολη περίοδο όπως είναι αυτή της πανδημίας του κορωνοϊού, η επίτευξη αυτού του πονήματος κατέστη δυνατή μέσα από την πολύτιμη βοήθεια, στήριξη και καθοδήγηση μερικών ανθρώπων.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επόπτη καθηγητή μου κ. Γρηγόρη Σίμο, ομότιμο καθηγητή του τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας που χάρη στην επιστημονική καθοδήγησή του και τη βοήθειά του στην πρωτόγνωρη για εμένα διαδικασία και διεξαγωγή της επιστημονικής έρευνας, κατέστησε δυνατή την περάτωση της διπλωματικής μου εργασίας. Εν συνεχεία, ευχαριστώ θερμά και τα υπόλοιπα μέλη της τριμελούς επιτροπής, τις επόπτριες κ. Συριοπούλου Χριστίνα, αναπληρώτρια καθηγήτρια του τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και την κ. Γιαννούλη Βασιλική, επίκουρη καθηγήτρια του τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τα πολύτιμα σχόλιά τους και την συνεισφορά τους στην αξιολόγηση της διπλωματικής μου εργασίας. Επιπλέον, ένα μεγάλο «ευχαριστώ» τους καθηγητές του τμήματος για τις γνώσεις που μετέδωσαν αλλά και διοικητικό προσωπικό του τμήματος για τη βοήθειά του στα χρόνια των μεταπτυχιακών μου σπουδών.

Απευθύνω τις ευχαριστίες μου και σε όλους τους συμμετέχοντες και τις συμμετέχουσες της έρευνάς μου για τον χρόνο που διέθεσαν για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Τέλος, το μεγαλύτερο «ευχαριστώ» θα ήθελα να απευθύνω στην οικογένειά μου, τον πατέρα μου, την μητέρα μου, τον αδερφό μου, τους παππούδες μου και τις γιαγιάδες μου, για την αμέριστη συμπαράσταση και στήριξή τους σε όλους τους τομείς, πνευματικούς και υλικούς όλα αυτά τα χρόνια αλλά και κατά την περίοδο των σπουδών μου.

Ιωάννα Μαυριά

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πανδημία του κορωνοϊού δεν αποτελεί μόνο απειλή για τη σωματική υγεία, αλλά μπορεί να επηρεάσει και την ψυχική υγεία αν δεν ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα (United Nations 2020, όπως αναφέρεται στους Vall-Roqué, Andrés και Saldaña, 2021). Στην έρευνα των Rodgers και συν. (2020) όπως αναφέρεται στους Vall-Roqué, Andrés και Saldaña (2021), τονίζεται ότι η πανδημία μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο στον κίνδυνο εμφάνισης αλλά και τα συμπτώματα των διατροφικών διαταραχών. Η πανδημία του Covid-19 και τα συνεπαγόμενα μέτρα πρόληψης της δημόσιας υγείας επηρέασαν αρνητικά την ψυχιατρική υγεία και συνέβαλλαν στην αύξηση των διατροφικών διαταραχών (Nutley και συν., 2021). Τα αισθήματα απομόνωσης, σύγχυσης και άγχους ήταν συνήθη ανάμεσα στους συμμετέχοντες της έρευνας των Nutley και συνεργατών (2021).

Κατά την περίοδο της καραντίνας, πολλοί άνθρωποι βρέθηκαν με αρκετό ελεύθερο χρόνο τον οποίον διέθεσαν στο διαδίκτυο και ανάμεσα σε άλλα, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Δεδομένης της υποχρεωτικής απομόνωσης, παρατηρήθηκε αύξηση στη συχνότητα χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης (Chao, Xue, Liu, Yang & Hall, 2020· Vall-Roqué, Andrés & Saldaña, 2021). Η χρήση επίσης των σύγχρονων μέσων ενημέρωσης συσχετίσθηκε με αρνητικά ψυχολογικά αποτελέσματα, συμπεριλαμβανομένων της κατάθλιψης και του άγχους κατά την πρώτη φάση του ξεσπάσματος της πανδημίας (Chao, Xue, Liu, Yang & Hall, 2020).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (όπως για παράδειγμα το Instagram, το Twitter, το Facebook, το Snapchat, το Tik Tok κ.α.) αποτελούν κομμάτι της ζωής των ανθρώπων

και το βασικό μέσο επικοινωνίας, αλληλεπίδρασης αλλά και ενημέρωσής τους. Σύμφωνα με τη Tankowska (2021a), ο αριθμός των μηνιαίων ενεργών χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην Ελλάδα έως τον Ιανουάριο του 2021 είναι 7,4 εκατομμύρια. Επιπλέον, αρκετά από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βασίζονται σε φωτογραφίες. Η έκθεση, επομένως σε εικόνες ατόμων, που δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα καθώς είναι επεξεργασμένες για να προβάλλουν την αψεγάδιαστη ομορφιά και το σώμα, είναι αναπόφευκτη, ενώ έρευνες έχουν δείξει ότι η έκθεση αυτή δημιουργεί ή επαυξάνει τις ανασφάλειες σε πολλούς ανθρώπους που τις βλέπουν και τους δημιουργεί κατά συνέπεια δυσαρέσκεια με το σώμα τους. Επιπρόσθετα, με τη συνεχή προβολή τέτοιου περιεχομένου, η ιδέα ότι η εμφάνιση και το σώμα αξιολογείται και υπόκειται συνεχώς σε συγκρίσεις, υιοθετείται και από τα ίδια τα άτομα, τα οποία σε μια διαδικασία αυτο-αντικειμενοποίησης, βλέπουν τον εαυτό τους με την οπτική ενός τρίτου και τον αντιμετωπίζουν ως αντικείμενο, καθώς προβαίνουν συνεχώς στην επιτήρηση του σώματός τους (body surveillance) και σε συνειδητή ή ασυνείδητη σύγκρισή τους με αυτό των άλλων (social comparison). Επομένως, ένας μοναδικός συνδυασμός παραγόντων συμπεριλαμβανομένων των αλληλεπιδράσεων με συνομηλικούς, της δημοτικότητας του διαμοιρασμού φωτογραφιών και της προσβασιμότητας της κινητής τεχνολογίας συμβάλλουν στην αύξηση της πιθανότητας της εσωτερίκευσης του προτύπου της ισχνότητας, της αυτό-αντικειμενοποίησης και της ενασχόλησης με συγκρίσεις εμφάνισης μεταξύ των συνομηλικών για τους χρήστες των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης (Cohen, Newton-John & Slater, 2017).

Η αναγκαιότητα για τη διερεύνηση ενός τέτοιου θέματος προκύπτει από τις πιθανές καταστροφικές συνέπειες που έχει η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις γυναίκες όπως για παράδειγμα η δημιουργία μιας διαταραγμένης αυτο-εικόνας

που δεν αντικατοπτρίζει την πραγματικότητα και μπορεί να οδηγήσει σε κατάθλιψη, άγχος ή διατροφικές διαταραχές και ιδιαίτερα σε μία δύσκολη περίοδο όπως είναι αυτή της πανδημίας του κορωνοϊού με την αποξένωση και την απόσταση μεταξύ των ανθρώπων και του ίδιου του εαυτού να μεγαλώνει. Επιπρόσθετα, η εμφάνιση και η ανάπτυξη κινήματων όπως το κίνημα «Αγάπησε τον εαυτό σου» (“Love Yourself”) και το κίνημα θετικής αποδοχής του σώματος (Body positivity), των οποίων η επιρροή επαυξάνεται μέσα από προφίλ χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (καλλιτεχνών ή απλών χρηστών), ωθεί την έρευνα στο να φέρει στην επιφάνεια τις καταστροφικές συνέπειες της συνεχούς έκθεσης και χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και να βοηθήσει στην ευαισθητοποίηση και στην ενημέρωση των ανθρώπων ώστε να είναι σε θέση να φιλτράρουν και να αναπτύξουν στρατηγικές αποφυγής ή αντιμετώπισης των καταστροφικών συνεπειών της χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ – ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

1.1. Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΩΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΟΝ

Ο Αριστοτέλης στα *Πολιτικά* του υποστηρίζει ότι η κοινωνική συμβίωση αποτελεί πρωταρχική ανάγκη του ανθρώπου καθώς είναι *πολιτικόν ζῷον*, όν δηλαδή προορισμένο από τη φύση του να συμβιώνει, καθώς δεν μπορεί να φθάσει στην ολοκλήρωση παρά μόνο μέσα στην πόλη (Παπαγεωργίου κ.α., 2020). Η θέση αυτή του Αριστοτέλη, την οποία θεωρείται από πολλούς, είχε διατυπώσει πρώτος ο Πρωταγόρας ότι οι άνθρωποι στο προηθικό στάδιο *ἐζήτουν ἀθροίζεσθαι* –ότι επιζητούσαν δηλαδή οι άνθρωποι τη συμβίωση με άλλους ανθρώπους–εκτίθεται στα Ηθικά Νικομάχεια: «Θα ήταν πολύ παράξενο να λέμε ότι είναι ευτυχισμένος ο άνθρωπος που ζει μόνος με τη μοναξιά του (μονώτης)· κανένας δεν θα ήθελε να ζει σε απόλυτη μοναξιά, ακόμη κι αν είχε όλα τα καλά του κόσμου· γιατί ο άνθρωπος είναι ένα όν προορισμένο από τη φύση να ζει σε πολιτική κοινωνία, μαζί με άλλους (συζῆν πεφυκός)» (σχολ. βιβλ).

Ο Αριστοτέλης, λοιπόν, ήταν ο πρώτος που διατύπωσε την άποψη ότι η κοινωνική-πολιτική συμβίωση αποτελεί πρωταρχική ανάγκη του ανθρώπου, η οποία πηγάζει από την κοινωνική ορμή του (Παπαγεωργίου κ.α., 2020). Ο άνθρωπος χωρίς τη δυνατότητα επικοινωνίας δεν είναι άνθρωπος (Παπαγεωργίου κ.α., 2020). Η κοινωνικότητα είναι σύμφυτη με τον άνθρωπο (Παπαγεωργίου κ.α., 2020).

Η επικοινωνία μέσω της γλώσσας αλλά και των εξωλεκτικών στοιχείων (παραγλωσσικών και εξωγλωσσικών), προϋποθέτει την ύπαρξη ενός πομπού και ενός δέκτη και στόχο έχει τη μεταβίβαση και την ανταλλαγή πληροφοριών, απόψεων, συναισθημάτων και ιδεών και την αλληλεπίδραση. Στην σύγχρονη κοινωνία, τον ρόλο αυτό της επικοινωνίας και τον χώρο για να λάβει αυτή χώρα, έχουν πάρει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπουν σε χρήστες από κάθε μέρος του πλανήτη να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, αλλά παράλληλα δίνοντας τη δυνατότητα της διατήρησης της ανωνυμίας τους ή της «ίδρυσης» μιας νέας διαδικτυακής ταυτότητας για τον εαυτό τους σε έναν εικονικό, πλαστό κόσμο που δεν αντικατοπτρίζει απαραίτητα την πραγματικότητα.

1.2. ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Το διαδίκτυο (ή αλλιώς Internet) αποτελεί πλέον το κυριότερο μέσο επικοινωνίας και ενημέρωσης των ανθρώπων. Έχοντας μπει στην ψηφιακή εποχή, το διαδίκτυο είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των ανθρώπων και παίζει καθοριστικό ρόλο στην διαμόρφωσή της. Αποτελώντας έναν παγκόσμιο ιστό, συνδέει υπολογιστές, δεδομένα και χρήστες από όλες τις γωνιές του πλανήτη. Οι χρήστες έχουν πρόσβαση σε τεράστιες παγκόσμιες βάσεις δεδομένων και στις απεριόριστες υπηρεσίες και δυνατότητες που προσφέρουν. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ψηφιακές διαδραστικές τεχνολογίες οι οποίες με τη σειρά τους, συνδυάζουν την ενημέρωση και την πληροφόρηση, την επικοινωνία και την αλληλεπίδραση, όπως επίσης και την ψυχαγωγία των χρηστών.

Ενώ το διαδίκτυο (Internet) και ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) χρησιμοποιούνταν ανέκαθεν για αλληλεπίδραση, η εμφάνιση και η γρήγορη εξάπλωση της λειτουργικότητας και των χαρακτηριστικών του Web 2.0 κατά την πρώτη δεκαετία της νέας χιλιετίας έδωσε το έναυσμα για το κοινωνικό στοιχείο της χρήσης του διαδικτύου (Obar & Wildman, 2015). Οι τεχνολογίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνουν μια ποικιλία από πλατφόρμες που βασίζονται στον υπολογιστή και στα κινητά, οι οποίες συνεχίζουν να αναπτύσσονται, να βγαίνουν σε κυκλοφορία, να καταργούνται και να παραγκωνίζονται κάθε μέρα σε όλες τις χώρες παγκοσμίως και σε ποικίλα επίπεδα ευαισθητοποίησης του κοινού (Obar & Wildman, 2015).

Παρόλο που ο ορισμός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ασαφής και δεν έχει διατυπωθεί ξεκάθαρα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μοιράζονται κάποια κοινά χαρακτηριστικά. Οι υπηρεσίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης βασίζονται μέχρι τώρα

σε διαδικτυακές εφαρμογές Web 2.0, οι οποίες διαφοροποιούνται από τις Web 1.0 στο ότι το διαδίκτυο είναι πλέον διαδραστικό και ο χρήστης δεν είναι απλά καταναλωτής αλλά συμμετέχει (Obar & Wildman, 2015). Επιπρόσθετα, οι προσωπικές πληροφορίες που βάζει ο χρήστης στο Facebook ή σε οποιοδήποτε προσωπικό του ιστολόγιο (προφίλ) στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, το βίντεο που ανεβάζει στο Youtube, η αντίδραση «μου αρέσει» (like) σε μια φωτογραφία στο Pinterest, οι φωτογραφίες που ανεβάζει στο Instagram, τα σχόλια κάτω από αυτές είναι όλα παραδείγματα περιεχομένου που δημιουργείται από το χρήστη και αποτελεί το «καύσιμο» των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Obar & Wildman, 2015).

Επιπλέον, τα προσωπικά προφίλ των χρηστών είτε ατομικά είτε ομαδικά σχεδιάζονται και διατηρούνται από τις υπηρεσίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Obar & Wildman, 2015). Τέλος, τα μέσα αυτά διευκολύνουν την ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων διαδικτυακά συνδέοντας το ένα προφίλ με εκείνα άλλων ατόμων ή/και ομάδων (Obar & Wildman, 2015). Για παράδειγμα, μια μέθοδος δημιουργίας διαδικτυακού κοινωνικού δικτύου είναι η δημιουργία μιας λίστας ατόμων που ο χρήστης θέλει να συνδεθεί και στη συνέχεια η διαχείριση των αλληλεπιδράσεων μέσω αυτής της λίστας (Obar & Wildman, 2015). Το Facebook και το Snapchat αποκαλούν αυτούς που βρίσκονται στη λίστα αυτή "φίλους", στο Twitter και το Instagram λέγονται «ακόλουθοι» και στο LinkedIn αποκαλούνται «συνδέσεις» (Obar & Wildman, 2015). Ακόμη και με τον προσδιορισμό αυτών των κοινών στοιχείων, είναι εμφανές ότι η ασάφεια παραμένει (Obar & Wildman, 2015).

Υπάρχει πλειάδα μοναδικών χαρακτηριστικών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που τα διαφοροποιούν από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και που μπορεί να

συμβάλλουν στα όποια αποτελέσματά τους στην εικόνα του σώματος (Fardouly & Vartanian, 2016). Αρχικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προβάλλουν και τους ίδιους τους χρήστες (όχι μόνο μοντέλα και διασημότητες) (Fardouly & Vartanian, 2016). Εν συνεχεία, οι άνθρωποι συχνά παρουσιάζουν μια πιο εξιδανικευμένη εκδοχή του εαυτού τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ανεβάζοντας στο προφίλ τους μόνο τις πιο ελκυστικές τους φωτογραφίες, οι οποίες μπορούν να επεξεργαστούν και να επαυξηθούν (Manago, Graham, Greenfield & Salimkhan, 2008· Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008, όπως αναφέρονται στους Fardouly & Vartanian, 2015). Επιπρόσθετα, αν και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιέχουν φωτογραφίες ποικίλων διαφορετικών ανθρώπων (όπως φίλοι, οικογένεια, άγνωστοι, διασημότητες), χρησιμοποιούνται γενικότερα για αλληλεπίδραση με τους συνομηλίκους (Hew, 2011) και έρευνες δείχνουν ότι οι συγκρίσεις στην εμφάνιση με φίλους μπορεί να είναι ιδιαίτερα καθοριστικές για την εικόνα του σώματος (Carey, Donaghue & Broderick, 2014). Τέλος, πέρα από τις φωτογραφίες, οι άνθρωποι συχνά αναρτούν ανάλογο περιεχόμενο σχετικό με την εμφάνιση και σχολιάζουν σε αντίστοιχο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το οποίο μπορεί επίσης να επηρεάσει το πώς οι χρήστες αισθάνονται με την εμφάνισή τους (Fardouly & Vartanian, 2016). Συνολικά, τα διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαφέρουν από τα παραδοσιακά ή βιομηχανικά μέσα ενημέρωσης σε πολλά σημεία, συμπεριλαμβανομένων της ποιότητας, του εύρους, της συχνότητας, της χρηστικότητας, της αμεσότητας και της μονιμότητας (Tao, Huang, Mu & Xie, 2016).

1.3. Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Οι σύγχρονες τεχνολογίες των μέσων ενημέρωσης περιλαμβάνουν το διαδίκτυο, τις ιστοσελίδες και μία σειρά ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, το Twitter, το Tumblr, το Instagram και το Pinterest, που επιτρέπουν τη γρήγορη δημιουργία και τον διαμοιρασμό μηνυμάτων παραγόμενα από τους χρήστες, καθώς επίσης και την στιγμιαία επικοινωνία με άλλους χρήστες σε μία πληθώρα εύχρηστων συσκευών (Sundar & Limperos, 2013, όπως αναφέρεται στον Perloff, 2014). Τα διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνουν υπολογιστικά εργαλεία που επιτρέπουν στους ανθρώπους να δημιουργούν, να κοινοποιούν ή να ανταλλάσσουν πληροφορίες, ιδέες, εικόνες και βίντεο στις εικονικές κοινότητες και στα εικονικά δίκτυα (Tao, Huang, Mu & Xie, 2016). Τα μέσα αυτά εξαρτώνται από κινητές και γενικά τεχνολογίες που συνδέονται με το διαδίκτυο για να δημιουργήσουν πλατφόρμες υψηλής διάδρασης μέσα από τις οποίες τα άτομα και οι κοινότητες κοινοποιούν, συν-δημιουργούν, συζητούν και τροποποιούν το περιεχόμενο που παράγεται από τους ίδιους (Tao, Huang, Mu & Xie, 2016).

Η προβληματική χρήση των κινητών τηλεφώνων συνδέεται επομένως και με την προσβασιμότητά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Rozgonjuk, Sindermann, Elhai & Montag, 2021). Με την αυξανόμενη προσβασιμότητα στις εξατομικευμένες πλατφόρμες των μέσων μαζικής ενημέρωσης, η κατανάλωση των μέσων αυτών υφίσταται γρήγορη κοινωνική αλλαγή και υπαγορεύεται όλο και περισσότερο από τις επιλογές αυτό-παρουσίασης των συνομηλίκων, σε αντίθεση με την ελεγχόμενη παρουσίαση περιεχομένου στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (Stronge και συν., 2015).

Τα παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης (όπως είναι τα περιοδικά και η τηλεόραση) έχουν συνδεθεί με το αρνητικό αντίκτυπο που έχουν στις ανησυχίες των ανθρώπων σχετικά με την εικόνα του σώματος τους (Grabe, Ward & Hyde, 2008). Ωστόσο, δεδομένης της αυξανόμενης δημοτικότητας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι ερευνητές ξεκινούν να ερευνούν τις πιθανές επιπτώσεις που έχουν αυτά τα νέες μορφές μέσων ενημέρωσης στην εικόνα του σώματος (Fardouly & Vartanian, 2016). Πολλές έρευνες που διεξάγονται μας βοηθούν να ρίξουμε μια ματιά στον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στους χρήστες (Mills, Musto, Williams & Tiggemann, 2018). Από τη μία πλευρά, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να αποδειχθεί ευεργετική, καθώς δίνει χώρο για μεγαλύτερη σύνδεση και αλληλεπίδραση με άλλους, το οποίο οδηγεί σε αυξημένη αίσθηση ευημερίας (Tiggemann & Miller, 2010). Από την άλλη, η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε μια ενασχόληση και επικέντρωση στην εξωτερική εμφάνιση, όπως η ενασχόληση με δραστηριότητες που αφορούν φωτογραφίες σχετικές με την εμφάνιση (Cohen, Newton-John & Slater, 2017), η οποία μπορεί να προκαλέσει ανησυχίες σχετικά με την εμφάνιση και χαμηλή εικόνα σώματος και αυτό-εκτίμηση (de Vries, Peter, Nikken & de Graaf, 2014).

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αυξάνεται με γοργούς ρυθμούς σε όλο τον κόσμο (Fardouly, Diedrichs, Vartanian & Halliwell, 2015). Οι Cohen, Newton-John και Slater (2017) υποστήριξαν ότι συγκεκριμένες χρήσεις των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης όπως η ενασχόληση με δραστηριότητες που βασίζονται σε φωτογραφίες στο Facebook και το να ακολουθούν περιεχόμενο που επικεντρώνεται στην εμφάνιση στο Instagram σχετίζεται με ποικίλες ανησυχίες σχετικά με την

εμφάνιση, ενώ η συνολική χρήση των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να μην έχει αντίκτυπο σε αυτές (Cohen, Newton-John & Slater, 2017).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έδωσαν το έναυσμα για την εμφάνιση μιας νέας μορφής αυτό-παρουσίασης και συγκεκριμένα, στην ανάρτηση φωτογραφιών αυτό-πορτρέτων, γνωστές ως «σέλφι» (selfie) (Tiggemann, Anderberg & Brown, 2020). Έχει παρατηρηθεί, λοιπόν, ότι το να αναλώνονται οι νέες γυναίκες στην αυτό-παρουσίαση και την επεξεργασία αυτής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια καταστροφική δραστηριότητα για αυτές (Tiggemann, Anderberg & Brown, 2020). Σύμφωνα με τους Mills, Musto, Williams και Tiggemann (2018), οι γυναίκες που τραβούσαν και αναρτούσαν φωτογραφία του εαυτού τους (“selfie”) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρθηκε ότι αισθάνονταν πιο αγχωμένες, με λιγότερη αυτοπεποίθηση και λιγότερο ελκυστικές εμφανισιακά, αφού συγκρίθηκαν με εκείνες στην ομάδα ελέγχου. Όπως υποστηρίζουν οι ίδιοι, επιβλαβείς συνέπειες βρέθηκαν και σε συμμετέχουσες που ξανατραβούσαν και επεξεργάζονταν τη φωτογραφία τους (“selfie”).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εντείνουν το βίωμα του εαυτού από την οπτική γωνία ενός παρατηρητή, το οποίο έχει επιπτώσεις για την εικόνα του σώματος και τη σεξουαλικότητα ανάμεσα σε γυναίκες όπως επίσης και σε άντρες (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης ξεχωρίζουν ανάμεσα σε ποικίλες σελίδες του διαδικτύου ως ένα μέσο κοινωνικοποίησης το οποίο τροφοδοτεί τα τρία κύρια χαρακτηριστικά της επίγνωσης της αντικειμενοποίησης του σώματος: την εσωτερίκευση των κυρίαρχων πολιτισμικά προτύπων της ελκυστικότητας, της επιτήρησης του σώματος και τις αξιολογήσεις του εαυτού βασιζόμενες στην εμφάνιση (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014).

Επιπρόσθετα, το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν βρεθεί ότι προάγουν την ισχνότητα, τη διαιτητική συμπεριφορά και την απώλεια βάρους μέσα από εξιδανικευμένες εικόνες «τέλειων» γυναικών (Perloff, 2014). Ο ίδιος παρατήρησε ότι οι γυναίκες που έχουν σχετικά υψηλά επίπεδα εσωτερίκευσης του προτύπου της ισχνότητας, τελειομανίας και / ή χαμηλή αυτοεκτίμηση θα ήταν ιδιαίτερα πιθανό να περνούν το χρόνο τους σε συγκρίσεις εμφάνισης διαδικτυακά και ότι είναι πιθανόν ότι δε προβαίνουν σε καθοδικές συγκρίσεις εμφάνισης (σύγκριση της εμφάνισής τους με αυτή των λιγότερο ελκυστικών φίλων τους). Επιπλέον, οι δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που συνεπάγονται έκθεση σε εξιδανικευμένες εικόνες ελκυστικών γυναικών (όπως για παράδειγμα διασημοτήτων) ή σε εικόνες σχετικές με γυμναστική (που επικεντρώνονται στο γυμνασμένο σώμα), έχουν συσχετισθεί με την επιτήρηση του σώματος (η ενασχόληση με την εμφάνιση κάποιου), τις συγκρίσεις εμφάνισης και με τις ανησυχίες για την εικόνα του σώματος μεταξύ νεαρών γυναικών (Betz, Sabik & Ramsey, 2019).

Όσον αφορά το φύλο, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στις νεαρές γυναίκες (Kimbrough, Guadagno, Muscanell & Dill, 2013· Muscanell & Guadagno, 2012). Στο μεγαλύτερο μέρος της βιβλιογραφίας παρατηρείται ότι οι νέες γυναίκες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περισσότερο, ενώ παράλληλα εκτίθενται σε περιεχόμενο που σχετίζεται με την εμφάνιση από ότι οι νέοι άνδρες (Hawes, Zimmer-Gembeck & Campbell, 2020). Επιπλέον, στην έρευνα των Gioia, Griffiths και Boursier (2020), παρατηρήθηκε ότι οι έφηβες φαίνεται να χρησιμοποιούσαν περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χωρίς να διαθέτουν αυτοέλεγχο στη χρήση τους από ότι οι άνδρες νεαρής ηλικίας. Η χρήση των μέσων μαζικής δικτύωσης είναι αρκετά συνήθης σε αγόρια και σε κορίτσια ηλικίας 12 με 13

ετών, ιδιαίτερα η χρήση του Instagram και του Snapchat (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019). Ενώ τα κορίτσια ήταν πιθανότερο να χρησιμοποιούν περισσότερο το Instagram και το Tumblr από ότι τα αγόρια, υπήρξε σχετικά χαμηλή χρήση του Facebook και για τα αγόρια και για τα κορίτσια (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019).

Το άγχος των έφηβων αγοριών σχετικά με την εμφάνιση και η προσδοκία ότι οι φωτογραφίες αυτό-πορτρέτων θα μπορούσαν να βελτιώσουν την αυτοπεποίθησή τους ήταν και οι δύο ενδείξεις της προβληματικής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Boursier, Gioia & Griffiths, 2020). Αντιθέτως, παρά τα υψηλά επίπεδα άγχους κοινωνικής εμφάνισης ανάμεσα στις έφηβες, δεν επηρεάστηκε η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Boursier, Gioia & Griffiths, 2020).

Οι ηλικιακές διαφορές στους χρήστες κάθε μέσου κοινωνικής δικτύωσης μαρτυρούν την προβληματική χρήση στο εκάστοτε μέσο αλλά και την προτίμησή τους για εκείνο (Rozgonjuk, Sindermann, Elhai & Montag, 2021). Χρήστες νεαρής ηλικίας βρέθηκαν με προβληματική χρήση του Instagram και του Snapchat, ενώ μεγαλύτερης ηλικίας με το Facebook (Rozgonjuk, Sindermann, Elhai & Montag, 2021). Οι διαδικτυακοί κοινωνικοί ιστότοποι ενδυναμώνουν τους εφήβους να επαυξήσουν τις κοινωνικές τους δεξιότητες (Gentina, Chen & Yang, 2021). Ο επιπολασμός της χρήσης των διαδικτυακών κοινωνικών ιστοτόπων έχει εγείρει σημαντικές ηθικές ανησυχίες, ιδιαίτερα επειδή προάγει σημαντικά τον υλισμό της νεολαίας (Gentina, Chen & Yang, 2021).

1.4. Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ FACEBOOK

Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται ευρέως από το γενικό πληθυσμό με το Facebook να παραμένει η κυρίαρχη πλατφόρμα παγκοσμίως όσον αφορά τους ενεργούς χρήστες (2,7 δισεκατομμύρια μηνιαίοι ενεργοί χρήστες το τέταρτο τέταρτο του 2020 σύμφωνα με την Tankovska, 2021b) σε αντίθεση με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό από άλλες πλατφόρμες (όπως για παράδειγμα το Instagram) (Marengo, Montag, Sindermann, Elhai & Settanni, 2021).

Υπάρχει πλέον η αίσθηση ότι η χρήση του Facebook παρακμάζει στις νεαρές ηλικίες (Fardouly & Vartanian, 2015). Επιπλέον, το 54% των Αμερικανών χρηστών του Facebook ηλικίας 18 και άνω έχουν προσαρμόσει της ρυθμίσεις ιδιωτικότητας στο Facebook, ενώ το 42% έχουν κάνει ένα διάλειμμα από τον έλεγχο της δραστηριότητας γενικά στην πλατφόρμα για μια περίοδο κάποιων εβδομάδων ή παραπάνω και γύρω στο 26% έχουν διαγράψει την εφαρμογή του Facebook από το κινητό τους (Perrin, 2018). Το 74% των χρηστών του Facebook στην Αμερική δήλωσε ότι έχει προβεί σε κάποια από τις παραπάνω ενέργειες τον περασμένο χρόνο (Perrin, 2018). Όσον αφορά την ηλικία, το 44% των νεαρών χρηστών (ηλικίας 18 με 29 χρόνων) έχουν διαγράψει την εφαρμογή του Facebook από το κινητό τους τον περασμένο χρόνο (Perrin, 2018).

Η χρήση του Facebook μπορεί να περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων συμπεριλαμβανομένης της ανάρτησης φωτογραφιών, της ιδιωτικής συνομιλίας με φίλους, της ανάγνωσης ειδήσεων, της παρατήρησης και της αλληλεπίδρασης στις αναρτήσεις των φίλων (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Είναι πιθανό ότι ο χρόνος που ξοδεύεται στο Facebook βλέποντας κατά κύριο λόγο ελκυστικές φωτογραφίες φίλων μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη σύγκριση

εμφάνισης και στην εσωτερίκευση του προτύπου της ισχνότητας και επομένως να έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο στην ικανοποίηση με το σώμα συγκριτικά με το χρόνο που ξοδεύεται στο Facebook διαβάζοντας τα νέα ή τα τρέχοντα ζητήματα (Cohen, Newton-John & Slater, 2017).

Το Facebook επιτρέπει στους χρήστες του να δημιουργήσουν δημόσια ή ημι-δημόσια προσωπικά προφίλ και να εξατομικεύουν τις σελίδες τους με φωτογραφίες και πληροφορίες για τους εαυτούς τους (Fardouly & Vartanian, 2015). Όπως οι εικόνες στα περιοδικά συχνά επεξεργάζονται (editing) και «επαυξάνονται» πριν την έκδοση, οι χρήστες του Facebook έχουν επίσης τη δυνατότητα να επεξεργαστούν φωτογραφίες πριν τις ανεβάσουν στο Facebook και μπορούν να παρακολουθούν την αυτό-παρουσιάσή τους ούτως ώστε να παρουσιάσουν μια εξιδανικευμένη εκδοχή του εαυτού τους (Manago, Graham, Greenfield & Salimkhan, 2008· Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008, όπως αναφέρονται στους Fardouly & Vartanian, 2015).

Τα αισθητηριακά και οπτικά χαρακτηριστικά (φωτογραφίες και βίντεο) στο Facebook οδηγούν στα «μου αρέσει» (like), τα λογικά (πληροφοριακά) και τα διαδραστικά οδηγούν στα σχόλια (comment) και όλα τα προαναφερόμενα χαρακτηριστικά, τα αισθητηριακά, τα οπτικά και τα λογικά οδηγούν στην κοινοποίηση (share) (Kim & Yang, 2017). Αυτό δείχνει ότι τα «μου αρέσει» (like) παρακινούνται από το συναίσθημα (affectively), το σχόλιο (comment) πυροδοτείται γνωστικά (cognitively) και η κοινοποίηση (share) είναι είτε μια συναισθηματική είτε μια γνωστική συμπεριφορά είτε συνδυασμός και των δύο (Kim & Yang, 2017). Γενικά είναι σημαντικό να αναλογιστεί κανείς τι σημαίνει η αντίδραση «μου αρέσει» (like) και από την πλευρά του ανθρώπου που το παρέχει και από τον παραλήπτη (Marengo, Montag, Sindermann,

Elhai & Settanni, 2021). Μια περαιτέρω επεξήγηση του τι σημαίνει «μου αρέσει» (like) δείχνει ότι τα άτομα τείνουν να αντιδρούν έτσι σε αναρτήσεις λόγω του περιεχομένου, λόγω του ατόμου και της σχέσης κάποιου με το άτομο που το δημοσίευσε ή για κοινωνικούς λόγους, ως εκ τούτου, για να δείξει υποστήριξη ή να δείξει ότι κάποιος έχει δει την ανάρτηση παραλήπτη (Marengo, Montag, Sindermann, Elhai & Settanni, 2021).

Για τους χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η ενημέρωση του προφίλ και η λήψη αντιδράσεων «μου αρέσει» (likes) μπορεί να μοιάζει με επιβράβευση και να εκμαιεύσει θετικά συναισθήματα ενισχύοντας τη χρήση της πλατφόρμας (μέσω της μάθησης με θετική ανατροφοδότηση) (Marengo, Montag, Sindermann, Elhai & Settanni, 2021). Βρέθηκε ότι η συχνότητα κατά την οποία οι χρήστες ενημέρωναν το προφίλ τους και κοινοποιούσαν προσωπικό περιεχόμενο (όπως για παράδειγμα, κείμενα αυτό-παραγόμενα, εικόνες, ετικέτες με φίλους και τοποθεσίες) είχε άμεση επιρροή στη συχνότητα και της ένταση της ανατροφοδότησης (likes) που λάμβαναν από άλλους χρήστες στο διαδικτυακό κοινωνικό τους δίκτυο (Marengo, Montag, Sindermann, Elhai & Settanni, 2021). Επιπλέον, βρέθηκε ότι η ένταση της θετικής κοινωνικής ανατροφοδότησης από το κοινό των χρηστών συσχετίστηκε θετικά με την εκλαμβανόμενη ευτυχία, τόσο άμεσα όσο και έμμεσα μέσω της αύξησης της αυτοεκτίμησης (Marengo, Montag, Sindermann, Elhai & Settanni, 2021).

Από την άλλη, η ενεργή χρήση του Facebook (ο αριθμός δηλαδή των ενημερώσεων που αναρτήθηκαν από το χρήστη μέσα σε ένα εύλογο μελετημένο χρονικό περιθώριο) είχε άμεση αρνητική συσχέτιση με την αυτοεκτίμηση (Marengo, Montag, Sindermann, Elhai & Settanni, 2021). Επιπρόσθετα, η ενεργή χρήση του Facebook έδειξε έμμεσο αρνητικό αποτέλεσμα στην ευτυχία διαμέσου μιας μείωσης

στην αυτοεκτίμηση (Marengo, Montag, Sindermann, Elhai & Settanni, 2021). Γενικότερα, οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις πρόσωπο με πρόσωπο επαυξάνουν την ευημερία (Shakya & Christakis, 2017). Η έρευνα των Shakya και Christakis (2017) έδειξε ότι αν και τα κοινωνικά δίκτυα στον πραγματικό κόσμο συσχετίστηκαν θετικά με τη συνολική ευημερία, η χρήση του Facebook συσχετίστηκε αρνητικά με αυτήν. Παρόλο που οι θετικές επιδράσεις της κοινωνικής στήριξης έχουν παγιωθεί, στις μακροχρόνιες αναλύσεις, οι θετικές συσχετίσεις με τις διασυνδέσεις στον πραγματικό κόσμο ήταν λιγότερο ισχυρές από ότι ήταν οι αρνητικές συσχετίσεις με τη χρήση του Facebook (Shakya & Christakis, 2017). Η αντίδραση «μου αρέσει» (like) στις αναρτήσεις των άλλων και η έκθεση σε αναρτήσεις φίλων σχετίζεται σταθερά με τη μειωμένη ευημερία, ενώ ο αριθμός των ενημερώσεων της κατάστασης στο μέσο σχετίζεται με τις αναφορές για εξασθενημένη ψυχική υγεία (Shakya & Christakis, 2017). Επίσης, η αντίδραση «μου αρέσει» (like) μπορεί να πυροδοτήσει διαδικασίες ανοδικής σύγκρισης και να καταλήξει σε ζήλια και ακόμη και σε καταθλιπτικά συμπτώματα (Steers, Wickham & Acitelli, 2014).

Το Facebook συσχετίστηκε με την πιθανότητα μιας μειωμένης ευημερίας στο μέλλον (Shakya & Christakis, 2017). Οι σχέσεις μεταξύ της χρήσης του Facebook και της μειωμένης ευημερίας μπορεί να πηγάζει από το απλό γεγονός ότι αυτοί με μειωμένη ευημερία είναι πιθανότερο να ψάχνουν παρηγοριά ή να προσπαθούν να απαλύνουν την αίσθηση της μοναξιάς με την υπερβολική χρήση του Facebook εξ' αρχής (Shakya & Christakis, 2017). Η υπερβολική χρήση του Facebook μπορεί να προκαλέσει ψυχολογική εξάρτηση (Brailovskaia, Bierhoff, Rohmann, Raeder & Margraf, 2020). Οι νάρκισσοι είναι σε υψηλότερο κίνδυνο για την εξάρτηση αυτής της μορφής που ενθαρρύνεται από την εμπειρία της απόλαυσης (flow) κατά τη χρήση του Facebook και

την ένταση της χρήσης του Facebook (Brailovskaia, Bierhoff, Rohmann, Raeder & Margraf, 2020).

Η υπάρχουσα βιβλιογραφία επισημαίνει τη θετική συσχέτιση ανάμεσα στη χρήση του Facebook και τη δυσαρέσκεια με το σώμα (Fardouly & Vartanian, 2015· Tiggemann & Miller, 2010). Τα αποτελέσματα της έρευνας των Stronge και συν. (2015) ότι και για τους άνδρες και για τις γυναίκες, οι χρήστες του Facebook ανέφεραν σημαντικά χαμηλότερη ικανοποίηση με το σώμα από ότι οι μη χρήστες. Γενικά, οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν το Facebook ήταν λιγότερο ικανοποιημένοι με την εμφάνισή τους από ότι οι άνθρωποι που δεν το χρησιμοποιούσαν καθόλου ή δεν το χρησιμοποιούσαν τακτικά (Stronge και συν., 2015). Το Facebook παρέχει στις γυναίκες ένα μέσο για να ασχολούνται συνεχώς με κοινωνικές συγκρίσεις που αφορούν την εμφάνιση και επομένως αυτές με τη σειρά τους μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία ή την ενίσχυση ανησυχιών σχετικές με την εικόνα του σώματος σε νεαρές γυναίκες (Fardouly & Vartanian, 2015).

Η ενασχόληση με το Facebook προέβλεψε επίγνωση του αντικειμενοποιημένου σώματος (objectified body consciousness) και στα δύο φύλα, η οποία με τη σειρά της προέβλεψε μεγαλύτερη ντροπή για το σώμα και μειωμένη σεξουαλική αυτοπεποίθηση (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Η σύνδεση μεταξύ όμως της επίγνωσης του αντικειμενοποιημένου σώματος και της ντροπής για το σώμα ήταν μεγαλύτερη στις γυναίκες (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Επιπρόσθετα, ισχυρή συσχέτιση παρατηρήθηκε μεταξύ της χρήσης του Facebook και του υψηλού δείκτη μάζας σώματος (BMI) (Shakya & Christakis, 2017). Οι Shakya και Christakis (2017) πρότειναν ότι εκείνοι με υψηλότερο δείκτη μάζας σώματος μπορεί να

είναι πιο συχνοί χρήστες του Facebook, αν και είναι απίθανο η χρήση του Facebook από μόνη της να ευθύνεται για το υψηλό αυτό δείκτη.

1.5. Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ INSTAGRAM

Σύμφωνα με την Tankovska (2021c) οι ηλικιακές ομάδες που χρησιμοποιούν το Instagram σε παγκόσμια κλίμακα είναι της τάξης των 18 έως 24 (29,8%) και των 25-34 (33%) με το 50,8 % να είναι γυναίκες. Δεδομένης της αυξανόμενης δημοτικότητας του Instagram μεταξύ νεαρών γυναικών και το γεγονός ότι το Instagram είναι καθαρά ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης που βασίζεται στις φωτογραφίες, χρειάζεται περισσότερη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ του Instagram και της εικόνας του σώματος καθώς πολλές έρευνες επικεντρώνονται στη χρήση του Facebook (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Επομένως, η διερεύνηση της χρήσης του Facebook και του Instagram μαζί και της σχέσης τους με την εικόνα του σώματος είναι απαραίτητη (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Τέλος, παρατηρήθηκε αύξηση στον αριθμό των κοριτσιών που ακολουθούσαν λογαριασμούς με επίκεντρο την εμφάνιση στο Instagram κατά τη διάρκεια της καραντίνας (Vall-Roqué, Andrés & Saldaña, 2021).

Σε αντίθεση με το Facebook, το Instagram είναι μια πλατφόρμα που βασίζεται αμιγώς σε φωτογραφίες και είναι φημισμένη για το ευρέως διαδεδομένο αυτό-πορτρέτο (selfie) και τις εικόνες σχετικές με τη γυμναστική (fitspiration) (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Οι «σέλφιζ» (selfies) είναι φωτογραφίες αυτό-πορτρέτων που τις τραβά το ίδιο το άτομο με το κινητό τηλέφωνο και είναι ανάμεσα στις πιο συνήθεις μορφές αυτό-έκφρασης στο «φωτο-βασιζόμενο» κοινωνικό δίκτυο του Instagram (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Τα αυτό-πορτρέτα δείχνουν το πρόσωπο ή το σώμα του υποκειμένου στους ακολούθους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τους φίλους, καθιστώντας τες ιδιαίτερα προσανατολισμένες στην εμφάνιση εικόνες (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019).

Όπως και με άλλα κοινωνικά δίκτυα όπως το Facebook και το Twitter, οι δημοσιεύσεις του Instagram συγκεντρώνουν σχόλια με τη μορφή των αντιδράσεων «μου αρέσει» (likes) και σχόλια από το διαδικτυακά κοινό (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Όπως παρατηρήθηκε λοιπόν, οι νέες γυναίκες δημοσίευαν τις δικές τους φωτογραφίες συχνά για να δείξουν τους καλύτερους εαυτούς τους (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Επιπρόσθετα, έδιναν μεγάλη αξία για τη λήψη σχολίων από τους ακόλουθους (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Όταν αναφερόμαστε σε αυτό-πορτρέτα, τέτοια σχόλια μπορούν να ερμηνευθούν ως συγκεντρωτικές αξιολογήσεις της εξωτερικής εμφάνισης του υποκειμένου (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019).

Στο Instagram, οι χρήστες που ακολουθούν κατά κύριο λόγο λογαριασμούς που αναδεικνύουν την εμφάνιση (όπως για παράδειγμα, μοντέλα και διαχειριστές ιστοσελίδων που επικεντρώνονται στη γυμναστική), μπορεί να είναι πιο απασχολημένοι με τη δική τους εμφάνιση συγκριτικά με χρήστες που ακολουθούν λογαριασμούς ουδέτερους ως προς την εμφάνιση (όπως για παράδειγμα λογαριασμούς που σχετίζονται με ταξίδια) (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Βρέθηκε ότι η συχνότητα θέασης φωτογραφιών με περιεχόμενο σχετικό με τη γυμναστική στο Instagram έχει συσχετισθεί με τη δυσαρέσκεια με το σώμα και την τάση προς αδυνάτισμα (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Η χρήση του Instagram μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τις ανησυχίες και τις πεποιθήσεις των γυναικών σχετικά με την εμφάνιση, ενώ συσχετίστηκε με την αυτό-αντικειμενοποίηση (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017).

Το Instagram βρέθηκε επίσης να ενθαρρύνει την αυξημένη επικέντρωση στην εμφάνιση (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Σε μια προσπάθεια να κερδίσουν

επιβεβαίωση, οι συμμετέχουσες ασχολήθηκαν με την επιτήρηση της εικόνας τους στο Instagram για να κερδίσουν την έγκριση ή σχόλια από άλλους (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Το έκαναν με ποικίλους τρόπους, συμπεριλαμβανομένης της επεξεργασίας πριν από την ανάρτηση, της ανάρτησης των καλύτερων φωτογραφιών ή το κατέβασμα φωτογραφιών με ανεπαρκείς αντιδράσεις «μου αρέσει» (likes) (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Πολύ συχνά οι συμμετέχουσες συνέκριναν την εμφάνισή τους ή τον αριθμό των «μου αρέσει» (likes) ή των σχολίων με των άλλων (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Επιπλέον, όταν αναρτούσαν φωτογραφίες του εαυτού, οι συμμετέχουσες έπαιρναν την οπτική γωνία του κοινού, εκφράζοντας ανησυχία για το πώς οι άλλοι αντιλαμβάνονται την εμφάνισή τους (Baker, Ferszt & Breines, 2019).

Οι νέες γυναίκες ανέφεραν ότι ξόδεψαν μεγάλες ποσότητες χρόνου στο Instagram βλέποντας και ακολουθώντας άλλους (π.χ. συνομηλίκους, διασημότητες και μοντέλα), επιτρέποντας συνεχή έκθεση σε μη ρεαλιστικές και επεξεργασμένες εικόνες (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Οι συμμετέχουσες ανέφεραν μια ποικιλία προτύπων ομορφιάς από το Instagram, όχι μόνο σχετικά με το πρότυπο ισχύοντος αλλά όλα αυτά που είναι δύσκολα να επιτευχθούν από τις περισσότερες γυναίκες (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Για παράδειγμα, περιέγραψαν ότι θαυμάζουν τις λεπτές γυναίκες, τα μοντέλα γυμναστικής και γυναίκες μεγαλύτερου μεγέθους ή με καμπύλες (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Περιέργως, οι συμμετέχουσες δεν βρήκαν το κίνημα της θετικής αποδοχής του σώματος (body positivity) χρήσιμο, καθώς πολλές από τις φωτογραφίες φαινόταν μη ρεαλιστικές, επεξεργασμένες και αναξιόπιστες (Baker, Ferszt & Breines, 2019).

Κατά τη χρήση του Instagram, νεαρές γυναίκες αναγνώρισαν και πάσχισαν να ακολουθήσουν τα πρότυπα ομορφιάς, ενώ μερικές ανέφεραν ότι βίωσαν δυσαρέσκεια με την εμφάνισή τους όταν προσπαθούσαν να ανταποκριθούν και να φτάσουν σε αυτά τα πρότυπα (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Η εσωτερίκευση των πολιτισμικών προτύπων της ομορφιάς και η εμπλοκή με ανοδικές συγκρίσεις εμφάνισης λειτούργησαν διαμεσολαβητικά στις σχέσεις της χρήσης του Instagram, της αυτό-αντικειμενοποίησης και της επιτήρησης του σώματος (Feltman & Szymanski, 2017). Οι χρήστες του Instagram βρέθηκε ότι είχαν υψηλότερα επίπεδα επιτήρησης του σώματος συγκριτικά με τους μη χρήστες του Instagram (Cohen, Newton-John & Slater, 2017).

Τα αποτελέσματα της έρευνας των Baker, Ferszt και Breines (2019) δείχνουν ότι οι γυναίκες που εμπλέκονται σε συγκρίσεις εμφάνισης στο Instagram ενδέχεται να είναι ευάλωτες και να αισθάνονται δυσαρεστημένες με την εμφάνιση τους, το μέγεθος του σώματος τους και το σχήμα του (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Οι συμμετέχουσες εξέφρασαν επίσης ένα αίσθημα ανεπάρκειας κατά τη σύγκριση τους (και την ανατροφοδότηση που έλαβαν) με τους φίλους και τους συνομηλικούς (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Η πίεση για συμμόρφωση με τα ιδανικά ομορφιάς μπορεί να είναι ακόμη πιο έντονη όταν πηγάζει από συνομηλικούς παρά από διασημότητες, καθώς οι συνομηλικοί αντιπροσωπεύουν φαινομενικά πιο εφικτά ιδανικά (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Οι συμμετέχουσες στην έρευνα των Fardouly, Willburger και Vartanian (2017) ανέφεραν ότι συγκρίνουν την εμφάνισή τους πιο συχνά και με των φίλων και των διασημότητων, αλλά μόνο οι συγκρίσεις με διασημότητες στο Instagram λειτουργούν διαμεσολαβητικά στη σχέση μεταξύ της χρήσης του Instagram και της αυτό-αντικειμενοποίησης.

Παρατηρήθηκε ότι η περιήγηση στο Instagram σχετίζεται με αυξήσεις στην κατάθλιψη των εφήβων (Frison & Eggermont, 2017). Αυτό μπορεί να οφείλεται κατά τους Frison και Eggermont (2017) στο μεγάλο αριθμό αγνώστων που οι έφηβοι ακολουθούν στο Instagram. Η χρήση του μπορεί να αποτελέσει το ερέθισμα για αρνητικές συγκρίσεις που με τη σειρά τους αυξάνουν την καταθλιπτική διάθεση των νέων ανθρώπων (Frison & Eggermont, 2017). Δεν βρέθηκε όμως συσχέτιση μεταξύ της ανάρτησης ή της αντίδρασης «μου αρέσει» στο Instagram με την καταθλιπτική διάθεση των εφήβων (Frison & Eggermont, 2017).

Αυτή η έλλειψη σημαντικών συσχετίσεων μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι το Instagram βασίζεται πολύ περισσότερο στην εικόνα από ότι το Facebook (Frison & Eggermont, 2017). Πιο συγκεκριμένα, πρωταρχικός στόχος του Instagram είναι η κοινοποίηση εικόνων και βίντεο, η ανάρτηση και η αντίδραση «μου αρέσει» οι οποίες αναφέρονται αποκλειστικά στην ανάρτηση και την αντίδραση στις εικόνες και τα βίντεο (Frison & Eggermont, 2017). Ωστόσο, η ανάρτηση και η αντίδραση στο Facebook μπορούν να αναφέρονται σε εικόνες και βίντεο, αλλά και σε ενημερώσεις κατάστασης (Frison & Eggermont, 2017). Το Instagram μπορεί επομένως, να παρέχει στους χρήστες λιγότερες δυνατότητες να εκφράσουν τα δικά τους συναισθήματα και να αναζητήσουν κοινωνική υποστήριξη και συνεπώς να μειώσουν έτσι την καταθλιπτική τους διάθεση, από το Facebook, κάτι που πιθανώς εξηγεί γιατί το Instagram δεν είναι ικανό να μειώσει την καταθλιπτική διάθεση (Frison & Eggermont, 2017). Τα τελευταία χρόνια όμως έχει αυξηθεί ο αριθμός των λογαριασμών που ευαισθητοποιούν και ενημερώνουν τον κόσμο για διάφορα κοινωνικά ζητήματα, που προάγουν θετικά μηνύματα, ενώ παράλληλα η δυνατότητα δημοσίευσης κειμένου σε μορφή φωτογραφίες για τους

χρήστες του Instagram ή και η δημοσίευση κειμένου στη λεζάντα της φωτογραφίας παρέχει ευκαιρίες έκφρασης συναισθημάτων, διαθέσεων και ιδεών.

Η έρευνα των Frison και Eggermont (2017) αποκάλυψε ότι η καταθλιπτική διάθεση σχετίζεται με αυξήσεις στις αναρτήσεις στο Instagram. Με αυτήν την αποκάλυψη ότι χρησιμοποιείται δηλαδή συγκεκριμένος τύπος μέσων (η ανάρτηση στο Instagram), αντί της επιλογής ενός συγκεκριμένου μέσου, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διαχείριση των διαθέσεων, η μελέτη των Frison και Eggermont (2017) επεκτείνει τη θεωρία διαχείρισης διάθεσης (mood management theory). Οι αμοιβαίες σχέσεις ανάμεσα στους διάφορους τύπους της χρήσης του Instagram και της καταθλιπτικής διάθεσης των εφήβων ήταν παρόμοια και για τα δύο φύλα, αλλά αυτό μπορεί να οφείλεται στο υψηλότερο ποσοστό των κοριτσιών που συμμετείχαν (61%) (Frison & Eggermont, 2017).

Επιπλέον, οι έφηβοι με μεγαλύτερη καταθλιπτική διάθεση μπορεί να είναι πιο πιθανό να δημοσιεύσουν εικόνες ή βίντεο στο Instagram, ίσως για να βελτιώσουν την εικόνα τους στα μάτια άλλων μελών των κοινωνικών δικτύων (Frison & Eggermont, 2017). Το Instagram είναι μια πλατφόρμα που επικεντρώνεται στην εικόνα και επιτρέπει στους χρήστες του να επεξεργάζονται και να φιλτράρουν εύκολα τις φωτογραφίες και τα βίντεό τους (Frison & Eggermont, 2017). Είναι επομένως ένα ιδανικό μέσο για να παρουσιάσει τον εαυτό του με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ακόμη και αν είναι ψευδής (Frison & Eggermont, 2017). Αυτή η στρατηγική αυτο-παρουσίασης στο Instagram μπορεί να προσελκύσει ιδιαίτερα εφήβους με υψηλά επίπεδα καταθλιπτικής διάθεσης, γιατί όχι μόνο τους επιτρέπει να βελτιώσουν την εικόνα τους

στα μάτια των άλλων αλλά και για ενθαρρυνθούν (για παράδειγμα, μέσω αντιδράσεων «μου αρέσει» και θετικών σχολίων) (Frison & Eggermont, 2017).

Τέλος, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το Instagram δεν ήταν πάντα συσχετισμένο με τη δυσαρέσκεια με το σώμα (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Οι συμμετέχουσες αισθάνθηκαν επιβεβαίωση όταν λάμβαναν μεγάλο αριθμό αντιδράσεων «μου αρέσει» (likes) (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Οι αναρτήσεις στο Instagram του είδους “Instagram vs reality” δηλαδή «Instagram εναντίον πραγματικότητας» και οι πραγματικές αναρτήσεις έχουν τη δυνατότητα να ενδυναμώσουν την ικανοποίηση με το σώμα στις γυναίκες (Tiggemann & Anderberg, 2019).

1.6. ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΣΤΟΥΣ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥΣ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (APPEARANCE RELATED COMMENTARY ON SNS)

Παρόλο που η επένδυση στις φωτογραφίες αυτό-πορτρέτων είναι συνδεδεμένη με την μικρή σε διάρκεια πράξη της επιλογής της πιο κολακευτικής φωτογραφίας, η επένδυση στην ανατροφοδότηση των αυτό-πορτρέτων είναι αφιερωμένη σε ένα διαφορετικό κομμάτι της διαδικασίας κοινοποίησης ενός αυτό-πορτρέτου (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Η επένδυση στην ανατροφοδότηση υπονοεί έναν πιο μακροχρόνιο προσανατολισμό στην ανάπτυξη κοινωνικά επιτυχημένων αυτό-πορτρέτων (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Αν και αυτές οι πρακτικές είναι συνυφασμένες με μια και μόνη διαδικασία, αντανακλούν διαφορετικές πτυχές της αυτό-παρουσίασης (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Παρατηρήθηκε ότι οι νέες γυναίκες δίνουν μεγάλη αξία για τη λήψη σχολίων από τους ακόλουθους (Baker, Ferszt & Breines, 2019). Είναι πιθανό ότι το να δίνεις αξία σε ανατροφοδότηση που προέρχεται από άλλους συνδέεται πιο στενά με την προγραμματισμένη δίαιτα και την εμμονική γυμναστική, την τάση προς αδυνάτισμα από ότι με τις πράξεις της λαιμαργίας και της αποτοξίνωσης που είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα των βουλιμικών συμπεριφορών (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019).

Τα σχόλια λοιπόν στο Instagram σχηματίζουν ένα σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι των εικόνων του Instagram, το οποίο έχει επιπτώσεις αποκλειστικά στην εικόνα του σώματος (Tiggemann & Barbato, 2018). Τα αποτελέσματα της προαναφερθείσας έρευνας παρέχουν μια απτή απόδειξη της διαμεσολαβητικής φύσης

από συνομηλίκους των επιδράσεων των μέσων ενημέρωσης που είναι μοναδική στο περιβάλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Tiggemann & Barbato, 2018).

Η ενασχόληση με τις αντιδράσεις «μου αρέσει» στο Instagram συσχετίστηκε θετικά με τις συγκρίσεις εμφάνισης (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018). Η μεγάλη «επένδυση» στην ανατροφοδότηση των φωτογραφιών στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (όπως για παράδειγμα τα «μου αρέσει» και τα σχόλια) έχει συνδεθεί με την επιτήρηση του σώματος, τη δυσαρέσκεια με το σώμα και την τάση προς αδυνάτισμα (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Αντιθέτως, στην έρευνα των Feltman και Szymanski (2017) παρατηρήθηκε ότι ούτε τα θετικά ούτε τα αρνητικά σχόλια εμφάνισης δεν επηρέασαν τη χρήση του Instagram και κατά συνέπεια τις σχέσεις με την αυτό-αντικειμενοποίηση ή την επιτήρηση του σώματος.

Η έκθεση σε σχόλια εμφάνισης στο Instagram οδήγησε τις γυναίκες σε μεγαλύτερη δυσαρέσκεια με το σώμα από ότι η έκθεση σε σχόλια σχετικά με την τοποθεσία (σχόλια ελέγχου) (Tiggemann & Barbato, 2018). Δεν παρατηρήθηκε καμιά σημαντική επίδραση των σχολίων εμφάνισης στην περιστασιακή αυτό-αντικειμενοποίηση (δηλαδή το εφήμερο περιστασιακό φαινόμενο που ποικίλλει ανάλογα με το περικείμενο και το χρόνο), αλλά η καταστασιακή αυτό-αντικειμενοποίηση (η μόνιμη δηλαδή και η μακροχρόνια διαδικασία) προέβλεψε αύξηση στη δυσαρέσκεια με το σώμα ανεξάρτητα με την πειραματική κατάσταση (Tiggemann & Barbato, 2018).

Οι γυναίκες που ανέφεραν υψηλότερα ποσοστά επένδυσης σε ανατροφοδότηση των αυτό-πορτρέτων στο Instagram ήταν πιο πιθανό να εκφράσουν δυσαρέσκεια με το σώμα και τάση προς αδυνάτισμα μέσω της έμμεσης επιρροής της

επιτήρησης του σώματος, αλλά αυτό το αποτέλεσμα δεν επεκτάθηκε στις βουλιμικές τάσεις (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Επιπρόσθετα, τα ευρήματα της προαναφερθείσας έρευνας δείχνουν ότι οι νεαρές ενήλικες γυναίκες που χρησιμοποιούν το Instagram και δίνουν αξία στις απαντήσεις του κοινού στα αυτό-πορτρέτα τους είναι πιο πιθανό να παρουσιάζουν διαταραγμένες διατροφικές συμπεριφορές και προθέσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΕΝΝΟΙΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΟ ΣΩΜΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

2.1. ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης είναι διαθέσιμοι για θέαση, δημιουργία περιεχομένου και επεξεργασία ολόκληρο το εικοσιτετράωρο, σε φορητές συσκευές, οπουδήποτε, οποτεδήποτε, δίνοντας το περιθώριο για περισσότερες ευκαιρίες κοινωνικών συγκρίσεων και δυσλειτουργικής παρακολούθησης εικόνων με μισητά μέρη του σώματος, που δε θα ήταν ποτέ διαθέσιμα με τα συμβατικά μέσα μαζικής ενημέρωσης (Perloff, 2014). Δεδομένης της διαδικτυακής παρουσίας των νεαρών ενηλίκων, ιδιαίτερα των γυναικών και την εξάρτησή τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι σημαντικό να αναγνωρίζουμε τους τρόπους που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις για την εικόνα του σώματος και έχουν ως απόρροια τη διαστρέβλωση της εικόνας του σώματος (Perloff, 2014). Η διαδραστική μορφή και τα χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι η δυναμική παρουσία των συνομηλίκων σε αυτά και η ανταλλαγή μιας πληθώρας εικόνων υποδηλώνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που λειτουργούν μέσω των κοινωνικών συγκρίσεων, μεταφορών και κανονιστικών διαδικασιών από ομοίους, μπορούν να επηρεάσουν καθοριστικά τις ανησυχίες για την εικόνα του σώματος (Perloff,2014).

Οι ανησυχίες εμφάνισης σχετικά με το βάρος μπορούν να επηρεάσουν οποιονδήποτε, ανεξάρτητα από το πραγματικό μέγεθος σώματος (Lawson, 2012). Τα άτομα που είναι λιποβαρή μπορούν να έχουν φόβο μήπως παχύνουν (Russell, 1979, όπως αναφέρεται στον Lawson, 2012), εάν έχουν υγιές βάρος εύρος μπορούν ακόμα να αισθάνονται υπέρβαροι και να θέλουν να χάσουν βάρος, και εάν είναι υπέρβαροι μπορεί να κρίνουν πολύ σκληρά τον εαυτό τους (Lawson, 2012).

Σε κλινικό επίπεδο, η οι ανησυχίες για την εμφάνιση, επίσης γνωστή ως σωματική δυσμορφία, ορίζεται στο DSM IV ως «ενασχόληση με ένα φανταστικό ή ελαφρύ ελάττωμα στην εμφάνιση που προκαλεί σημαντική δυσφορία όπως κλινική κατάθλιψη, άγχος ή αυτοκτονικές σκέψεις» (Frances et al., 2000, όπως αναφέρεται στον Lawson, 2012). Αυτό μπορεί να σχετίζεται με οποιαδήποτε μορφή δυσαρέσκειας με το σώμα (όχι μόνο το βάρος) και αυτές οι προσωπικές απόψεις έχουν τις ρίζες τους τόσο σε ψυχολογικές όσο και σε κοινωνικές κατασκευές (Lawson, 2012). Οι ανησυχίες εμφάνισης σχετικές με το βάρος, περιλαμβάνουν μια διαστρεβλωμένη αξιολόγηση του μεγέθους του σώματος, μια αρνητική αξιολόγηση του μεγέθους κάποιου και μια απόκλιση μεταξύ του τρέχοντος και του ιδανικού μεγέθους σώματος (Grogan, 2008, όπως αναφέρεται στον Lawson, 2012) και μπορεί να διαταράξει αντιλήψεις, σκέψεις και συμπεριφορές, όπως συμβαίνει συχνά σε άτομα με ανορεξία και νευρική βουλιμία (Lawson, 2012). Τόσο η ενασχόληση με την εμφάνιση όσο και οι προσπάθειες για την επίτευξη του «ιδανικού» μεγέθους σώματος μπορεί να οδηγήσει σε άγχος, χαμηλή αυτοεκτίμηση, συναισθήματα αποτυχίας και διατροφικές διαταραχές (Lawson, 2012). Ωστόσο, αυτές οι διαδικασίες και τα συμπτώματα μπορούν επίσης να υπάρχουν στο μη κλινικό πληθυσμό καθώς υπάρχει ανάγκη προστασίας της σωματικής και ψυχικής υγείας ατόμων που είναι λιποβαρή, υγιή, ή υπέρβαρα, αλλά που περιορίζουν τη δική

τους διατροφική πρόσληψη με ανθυγιεινό τρόπο, καθώς και την υγεία των ατόμων που είναι υπέρβαρα, αγνοώντας ωστόσο ότι μπορεί να χρειαστεί να τροποποιήσουν τον τρόπο ζωής τους για να μειώσουν τους πιθανούς κινδύνους για την υγεία τους (Lawson, 2012).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βρίθουν εικόνων ενός ατόμου, των διαδικτυακών φίλων του και πλήθος εικόνων εξιδανίκευσης του αδύνατου σώματος (Perloff, 2014). Η χρήση ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης και η ενασχόληση σχετικά με την εμφάνιση κατά τη χρήση τους συσχετίστηκε θετικά με τις ανησυχίες σχετικά με την εικόνα του σώματος (Seekis, Bradley & Duffy, 2020). Η δραστηριότητα σχετιζόμενη με φωτογραφίες στους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης έχει θεωρηθεί ότι συμβάλλει στις ανησυχίες σχετικά με την εικόνα του σώματος (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018). Όσον αφορά τα αυτό-πορτρέτα, η επεξεργασία τους συνδέθηκε με την αρνητική εικόνα σώματος (Tiggemann, Anderberg & Brown, 2020).

Έρευνες δείχνουν ότι οι ανοδικές συγκρίσεις (συγκρίσεις με άλλους που θεωρούνται πιο ελκυστικοί) μπορεί να παίξουν ρόλο στις σχέσεις μεταξύ των εξιδανικευμένων εικόνων γυναικών και των ανησυχιών σχετικά με την εικόνα του σώματος (Hogue & Mills, 2019· Seekis, Bradley & Duffy, 2020). Νεαρές γυναίκες που ασχολούνταν ενεργά με τα βασιζόμενα σε φωτογραφίες μέσα κοινωνικής δικτύωσης των ελκυστικών συνομηλίκων τους (ανοδικές συγκρίσεις) είχαν χειρότερη εικόνα για το σώμα τους από εκείνες που απλώς αλληλεπιδρούσαν με την οικογένειά τους (Hogue & Mills, 2019).

Στην έρευνα των Burnette, Kwitowski και Mazzeo (2017), έφηβες ηλικίας 12 έως 14 ετών έδειξαν υψηλά επίπεδα γραμματισμού των μέσων ενημέρωσης, αναγνώριση

των διαφορών και αυτοπεποίθηση, στρατηγικές που φάνηκαν βοηθητικές στην μετρίαση της πιθανής αρνητικής συσχέτισης μεταξύ της έκθεσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και της εικόνας του σώματος. Τα κορίτσια που εμφάνισαν αυτά τα χαρακτηριστικά διαπαιδαγωγήθηκαν μέσω θετικής γονεϊκής επιρροής και ενός υποστηρικτικού σχολικού περιβάλλοντος (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Η έκθεση σε περιεχόμενο που παρακινεί τον χρήστη να γυμναστεί συσχετίστηκε άμεσα με τις ανησυχίες για την εικόνα του σώματος (Seekis, Bradley & Duffy, 2020). Η πιο συχνή έκθεση σε εικόνες γυμναστικής συσχετίστηκε με μεγαλύτερα επίπεδα ανησυχιών για την εικόνα του σώματος σε γυναίκες 18 έως 25 ετών, ενώ η εσωτερίκευση των προτύπων ομορφιάς, οι τάσεις για σύγκριση εμφάνισης γενικά και οι συγκρίσεις εμφάνισης με τις γυναίκες στις εικόνες γυμναστικής λειτούργησαν διαμεσολαβητικά σε αυτή τη σχέση (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017).

Υπάρχει αρνητική σχέση ανάμεσα στη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης για ενημέρωση και στην εικόνα του σώματος στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Κορέα (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014). Ενώ η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για αναζήτηση προσωπικού κύρους δεν σχετίζεται με την εικόνα του σώματος στις Ηνωμένες Πολιτείες, σχετίζεται θετικά με την εικόνα του σώματος στην Κορέα (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014). Οι Κορεάτες που συμμετείχαν ενεργά και αναρτούσαν εικόνες σε διάφορους ιστότοπους και ιστολόγια έχουν καλύτερη εικόνα σώματος από εκείνους που δεν το έκαναν (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014). Παρόλο που οι Αμερικανοί χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για το προσωπικό κύρος περισσότερο από ό,τι οι Κορεάτες, η δική τους χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν σχετίζεται με την εικόνα του σώματός τους (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014).

2.2. ΔΥΣΑΡΕΣΚΕΙΑ ΜΕ ΤΟ ΣΩΜΑ

Η δυσαρέσκεια με το σώμα υποδηλώνει το δυσάρεστο συναίσθημα που προξενεί σε κάποιον το σώμα του, απόρροια της μη αποδοχής και της αβεβαιότητας με αυτό. Ουσιαστικά, είναι η αρνητική στάση απέναντι στην ίδια σου την εξωτερική εμφάνιση, που υποτίθεται ότι προέρχεται από την εκλαμβανόμενη απόκλιση μεταξύ της πραγματικής εξωτερικής εμφάνισης κάποιου (πραγματική εικόνα σώματος) και της επιθυμητής ιδανικής κατάστασης του σώματος (ιδανική εικόνα σώματος) (Heider, Spruyt & De Houwer, 2018). Η ικανοποίηση με την εικόνα του σώματος συσχετίστηκε με την αυξημένη ανάρτηση αυτοπορτρέτων (selfie) στο Instagram (Ridgway & Clayton, 2016). Η συχνή όμως έκθεση σε πρότυπα εμφάνισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συσχετίστηκε με τη δυσαρέσκεια με το σώμα και σε άνδρες και σε γυναίκες (Tamplin, McLean & Paxton, 2018). Ομοίως στην έρευνα των Tiggemann, Hayden, Brown και Veldhuis (2018), η έκθεση σε εικόνες-πρότυπα ισχνότητας οδήγησαν σε μεγαλύτερη δυσαρέσκεια με το σώμα και το πρόσωπο συγκριτικά με συνήθεις εικόνες. Οι Tiggemann, Anderberg και Brown (2020) παρατήρησαν ότι η έκθεση σε εικόνες που προάγουν το πρότυπο ισχνότητας, αύξησαν την αρνητική διάθεση και τη δυσαρέσκεια με το σώμα και το πρόσωπο. Επίσης, οι προαναφερθέντες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι όταν επρόκειτο για τη λήψη και την επεξεργασία αυτό-πορτρέτου αυξανόταν η αρνητική διάθεση και η δυσαρέσκεια με το πρόσωπο.

Τα κοινωνικο-πολιτιστικά μοντέλα της εικόνας του σώματος υποδηλώνουν ότι η χρήση μέσων μαζικής ενημέρωσης μπορεί να οδηγήσει σε δυσαρέσκεια του σώματος μέσω δύο οδών: της εσωτερίκευσης των κοινωνικών ιδανικών ομορφιάς και της τάσης να συγκρίνουμε την εμφάνιση κάποιου με την εμφάνιση άλλων (Van den Berg και συν.,

2002, όπως αναφέρεται στους Fardouly, Willburger και Vartanian, 2017). Η έκθεση σε συνδυαστικές εικόνες ιδανικού-πραγματικού, καθώς και σε πραγματικές εικόνες, είχαν ως αποτέλεσμα χαμηλότερη δυσαρέσκεια με το σώμα από ό, τι η θέαση εξιδανικευμένων εικόνων στο Instagram στις γυναίκες (Tiggemann & Anderberg, 2019).

Η σύγκριση εμφάνισης προέβλεψε αύξηση της δυσαρέσκειας με το σώμα και μείωση της εκτίμησης του σώματος ως απάντηση στην προβολή των εξιδανικευμένων εικόνων στις γυναίκες (Tiggemann & Anderberg, 2019). Η περισσότερη έκθεση σε φωτογραφίες αυτό-πορτρέτων συσχετίσθηκε με υψηλότερη δυσαρέσκεια με το πρόσωπο σε νεαρούς ενήλικες, και οι συγκρίσεις εμφάνισης λειτούργησαν διαμεσολαβητικά σε αυτή τη σχέση (Yang, Fardouly, Wang & Shi, 2020). Επιπρόσθετα, η δυσαρέσκεια με το σώμα συνδέθηκε με τον χρόνο που ξόδευαν οι έφηβες απασχολημένες με κοινωνικές συγκρίσεις και τις ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις με διάσημες γυναίκες, κοντινούς φίλους, συνομηλικούς και μέλη της οικογένειας όσο βρίσκονταν στο Facebook (Scully, Swords & Nixon, 2020). Από την άλλη, οι γυναίκες που χρησιμοποιούσαν το Facebook έδειξαν μια σημαντική σχέση μεταξύ των καθοδικών συγκρίσεων και της δυσαρέσκειας με το σώμα (Saunders & Eaton, 2018).

Η δυσαρέσκεια με το σώμα μπορεί να είναι ένας πιθανός παράγοντας για την ενασχόληση με την εικόνα του σώματος και την επιθυμία να αλλάξουν αυτήν την εικόνα (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Η δυσαρέσκεια με το σώμα των έφηβων κοριτσιών σχετίστηκε σημαντικά με την ενασχόληση με δραστηριότητες επικεντρωμένες στην εμφάνιση στο Facebook (Scully, Swords & Nixon, 2020). Η συχνή αξιολόγηση του εαυτού σε σύγκριση με διάσημους και λιγότερο ευνοϊκά σε σύγκριση με κοντινούς

φίλους ήταν ισχυρότερα συσχετισμένη με φτωχότερες εκτιμήσεις της εικόνας του σώματος (Scully, Swords & Nixon, 2020).

Οι Vall-Roqué, Andrés και Saldaña (2021) παρατήρησαν ότι η συχνότητα χρήσης του Instagram συσχετίζεται θετικά με τη δυσαρέσκεια με το σώμα, την επιμονή για αδυνάτισμα και τη χαμηλή αυτό-εκτίμηση στις γυναίκες της Γενιάς Z (έτος γέννησης 1995-2010). Η δυσαρέσκεια με το σώμα έχει συσχετισθεί εκτός από τη χαμηλή αυτοεκτίμηση και με την κατάθλιψη (Meier & Gray, 2014· Tiggemann & Miller, 2010) και συγκεκριμένα, όσον αφορά τους εφήβους και τις έφηβες σύμφωνα με τους Paxton, Neumark-Sztainer, Hannan και Eisenberg (2006). Και αντίστροφα, η χαμηλή αυτό-εκτίμηση συνδέθηκε με υψηλότερα επίπεδα δυσαρέσκειας με το σώμα σε εφήβους (Rodgers και συν., 2020).

Σε όλες τις πλατφόρμες, το Facebook, το Instagram και το Snapchat, υπήρξαν πολύ ισχυρές σχέσεις μεταξύ της δυσαρέσκειας με το σώμα και της λαϊμαργίας, της αποτοξίνωσης και των γνωστικών περιορισμών (Saunders & Eaton, 2018). Η δυσαρέσκεια με το σώμα στις γυναίκες αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα κινδύνου ανάπτυξης διατροφικών διαταραχών (Meier & Gray, 2014· Tiggemann & Miller, 2010). Επίσης, η ανάρτηση μιας φωτογραφίας αυτό-πορτρέτου δίνει στους χρήστες μια μοναδική ευκαιρία να προωθήσουν μια τέλεια εκδοχή του εαυτού τους (Tiggemann, Anderberg & Brown, 2020). Η τελειομανία αυτή στην αυτό-παρουσίαση έχει συνδεθεί με τη δυσαρέσκεια με το σώμα και τις διατροφικές διαταραχές (McGee, Hewitt, Sherry, Parkin & Flett, 2005).

Το συμπέρασμα στο οποίο κατέληξαν οι Tiggemann, Anderberg και Brown (2020) ότι η δυσαρέσκεια με το σώμα, που έχει προκληθεί, δεν επηρέασε την ποσότητα

της επεξεργασίας μιας φωτογραφίας αυτό-πορτρέτου, δείχνει ότι η διαδικασία της επεξεργασίας δεν είναι μια συμπεριφορά που ανταποκρίνεται σε στιγμιαίες διακυμάνσεις ή σε καταστάσεις που έχουν προκληθεί από τη δυσαρέσκεια.

Οι γυναίκες με υψηλά επίπεδα γραμματισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και χαμηλά επίπεδα εσωτερίκευσης προτύπων έδειξαν μια σημαντική μείωση στη δυσαρέσκεια με το σώμα ακολουθούμενη από την έκθεση σε εικόνες σύμφωνες με τα πρότυπα ισχύοντος (Tamplin, McLean & Paxton, 2018). Ο γραμματισμός απέναντι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ορίζεται ως η κριτική σκέψη σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η οποία συνεπάγεται να έχεις τη γνώση και τις ικανότητες να αναλύεις, να αξιολογείς, να παράγεις και να συμμετέχεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (τροποποιημένο από τους Thoman και Jolls (2003)) (Tamplin, McLean & Paxton, 2018).

Όσον αφορά το φύλο, οι γυναίκες ξόδευαν περισσότερο χρόνο στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης συγκριτικά με τους άντρες, το οποίο συσχετίστηκε με τη δυσαρέσκεια με την εμφάνιση (Ryding & Kuss, 2020). Συγκεκριμένα για το Facebook, εάν αυτό επηρεάζει την ικανοποίηση με το σώμα, η ευρεία χρήση του Facebook είναι ανησυχητική (Stronge και συν., 2015).

Για τις γυναίκες που χρησιμοποιούσαν Facebook, προέκυψε μια κατανομή σε σχήμα U για να περιγράψει τη σχέση μεταξύ ηλικίας και ικανοποίησης με το σώμα (Stronge και συν., 2015). Επομένως, το χάσμα ανάμεσα στους μη χρήστες και τους χρήστες στην ικανοποίηση με το σώμα εκτραχύνθηκε μεταξύ των γυναικών μέσης ηλικίας (Stronge και συν., 2015). Οι νεαρές γυναίκες τείνουν να έχουν χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης σώματος συνολικά (μέχρι την ηλικία των 38 χρόνων) (Stronge και συν., 2015). Αντί να είναι μια αναπτυξιακή αλλαγή κατά μήκος της ηλικίας, μπορεί

να είναι ένα αποτέλεσμα κοόρτης όπου οι νεότεροι της ομάδας που έχουν μεγαλώσει με περισσότερη έκθεση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης από τις παλαιότερες γενιές είναι ακολούθως λιγότερο ικανοποιημένοι με το σώμα τους (Stronge και συν., 2015).

Όσον αφορά τις γυναίκες που δεν χρησιμοποιούν το Facebook, οι γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας (άνω των 50 χρόνων) είναι γενικά πιο ευτυχισμένες με το σώμα τους από τις νεότερες γυναίκες (Stronge και συν., 2015). Η ηλικία, είτε ορίζεται ως μια λειτουργία των επιπτώσεων της κοόρτης ή των αναπτυξιακών αλλαγών, εμφανίζεται να έχει προστατευτική επίδραση στην ικανοποίηση του σώματος των γυναικών (Stronge και συν., 2015). Ωστόσο, το να είσαι χρήστης του Facebook φαίνεται να "διακόπτει" αυτό το αποτέλεσμα κατά τη νεαρή και τη μέση ηλικία (Stronge και συν., 2015). Οι γυναίκες που χρησιμοποιούν το Facebook ανέφεραν χαμηλότερη ικανοποίηση στο σώμα από τις γυναίκες που δεν το κάνουν, αυτό το αποτέλεσμα ήταν ιδιαίτερα έντονο στις γυναίκες μέσης ηλικίας δηλαδή κοντά στα 40 με 50 χρονών (Stronge και συν., 2015). Οι γυναίκες αυτής της μέσης ηλικίας μπορεί να είναι ένας ιδιαίτερα ευάλωτος πληθυσμός για τα νέα μέσα ενημέρωσης, καθώς έχουν «κολλήσει» ανάμεσα στην κοινωνική πίεση και ένα ανέφικτο νεανικό ιδανικό (Stronge και συν., 2015).

Παρόμοια με τις γυναίκες, οι άνδρες που χρησιμοποιούσαν το Facebook ανέφεραν χαμηλότερη ικανοποίηση με το σώμα σε σύγκριση με τους μη χρήστες (Stronge και συν., 2015). Ωστόσο, δεν υπήρχαν σημαντικές γραμμικές ή καμπυλόγραμμες σχέσεις μεταξύ ηλικίας και ικανοποίησης του σώματος για τους άνδρες (Stronge και συν., 2015). Η ικανοποίηση των ανδρών για το σώμα τους μπορεί να επηρεαστεί από τα νέα μέσα ενημέρωσης, αλλά αυτό το φαινόμενο δεν φαίνεται να διαφέρει ανάλογα με την ηλικία (Stronge και συν., 2015).

Εικόνες με μεγάλο αριθμό αντιδράσεων «μου αρέσει» προκαλούν άλλες γνωστικές διαδικασίες (π.χ. τα σχήματα εμφάνισης, ενθάρρυνση των προτύπων ομορφιάς) ή συναισθηματικές καταστάσεις (π.χ. φθόνο) που δεν μετρήθηκαν αλλά μπορεί να σχετίζονται με τη δυσαρέσκεια του σώματος (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018). Ενώ ο αριθμός των αντιδράσεων «μου αρέσει» δεν είχε επίδραση στη δυσαρέσκεια με το σώμα ή τη σύγκριση εμφάνισης, είχε θετική επίδραση στη δυσαρέσκεια με το πρόσωπο (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018). Είναι πιθανό ότι οι αντιδράσεις «μου αρέσει» είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τις έφηβες που δίνουν τόση πολλή σημασία για την γνώμη των συνομηλίκων τους, αλλά δεν έχουν πλέον τον ίδιο αντίκτυπο στην πρώιμη ενηλικίωση (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018).

Τα ευρήματα της έρευνας των Tiggemann, Hayden, Brown και Veldhuis (2018) δείχνουν τόσο θετικές όσο και αρνητικές πτυχές των αντιδράσεων «μου αρέσει» που συνδέονται με εικόνες του Instagram. Από τη μία, η προβολή εικόνων με μεγάλο αριθμό αντιδράσεων «μου αρέσει» οδήγησε σε μεγαλύτερη ικανοποίηση στα χαρακτηριστικά του προσώπου των γυναικών, αντανακλώντας ίσως μια θετική αίσθηση της διαδικτυακής κοινωνικής υποστήριξης και επικοινωνίας (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018). Από την άλλη πλευρά, το να ασχολούνται πολύ με τις αντιδράσεις αυτές στο Instagram σχετίστηκε με την σύγκριση εμφάνισης και τη δυσαρέσκεια με το πρόσωπο, με τέτοιο τρόπο που η γενική χρήση του Instagram και ο μέσος αριθμός των αντιδράσεων «μου αρέσει» δεν συσχετίστηκαν (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018). Αυτό το αποτέλεσμα φέρει την σημαντική πρακτική επίπτωση ότι οι γυναίκες και τα κορίτσια πρέπει να αποτραπούν από την ενεργή επιδίωξη αντιδράσεων «μου αρέσει» στις εικόνες τους στο Instagram και ειδικότερα, βλέποντας τον αριθμό

των αντιδράσεων «μου αρέσει» ως ένδειξη της ομορφιάς ή της αξίας τους (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018).

Οι αλληλεπιδράσεις σχετικά με την εμφάνιση στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης συσχετίστηκαν με τη δυσαρέσκεια με το σώμα στις γυναίκες (Xiaojing, 2017). Η επιτήρηση του σώματος λειτούργησε διαμεσολαβητικά στις επιδράσεις της διαδικτυακής παρουσίασης της εμφάνισης και της αλληλεπίδρασης σχετικά με την εμφάνιση πάνω στη δυσαρέσκεια με το σώμα στις γυναίκες (Xiaojing, 2017). Αντιθέτως, η εσωτερίκευση προτύπων και η κοινωνική σύγκριση βρέθηκαν ότι λειτουργούσαν διαμεσολαβητικά στην επίδραση της διαδικτυακής αλληλεπίδρασης σχετικά με την εμφάνιση πάνω στη δυσαρέσκεια με το σώμα των ανδρών (Xiaojing, 2017). Οι διαδικτυακές αλληλεπιδράσεις με φίλους μπορεί συχνά να υπενθυμίζουν στους χρήστες των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης τη σημασία της ελκυστικότητας στην εμφάνιση (Xiaojing, 2017). Μπορεί επίσης να λειτουργεί ως ανατροφοδότηση στη διαχείριση της εικόνας τους (Xiaojing, 2017). Ως αποτέλεσμα, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι τόσο η διαδικτυακή παρουσίαση της εμφάνισης όσο και η διαδικτυακή αλληλεπίδραση σχετικά με την εμφάνιση μπορεί να σχετίζεται θετικά με την τάση επιτήρησης του σώματος στις γυναίκες που με τη σειρά της σχετίζεται με τη δυσαρέσκεια με το σώμα τους (Xiaojing, 2017).

Η σχέση μεταξύ της δυσαρέσκειας με το σώμα και της υπερβολικής άσκησης ήταν στατιστικά σημαντική για τις γυναίκες, αλλά με τους χρήστες του Facebook και του Instagram να υπερिशύουν έναντι αυτών του Snapchat (Saunders & Eaton, 2018). Η έκθεση σε εικόνες γυμναστικής συσχετίστηκε με υψηλότερα επίπεδα δυσαρέσκειας με

το σώμα σε νεαρές γυναίκες (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017· Seekis, Bradley & Duffy, 2020).

Η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης για ενημέρωση σχετικά με την εικόνα του σώματος σχετίζεται αρνητικά με την ικανοποίηση για το σώμα στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Κορέα, ενώ η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την αναζήτηση του προσωπικού κύρους σχετικά με την εικόνα του σώματος σχετίζεται θετικά με την ικανοποίηση του σώματος μόνο όσον αφορά την Κορέα (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014). Η ικανοποίηση με το σώμα έχει άμεσα και έμμεσα θετικά αποτελέσματα στην ψυχολογική ευημερία που εκδηλώνεται με παρόμοιους τρόπους στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Κορέα (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014). Για τους Κορεάτες και τους Αμερικανούς, όσο πιο ικανοποιημένοι είναι με το σώμα τους, τόσο υψηλότερη είναι η ψυχολογική τους ευημερία (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014). Εκείνοι που είναι ικανοποιημένοι με το σώμα τους έχουν υψηλή αυτοεκτίμηση, η οποία, με τη σειρά της, αυξάνει την ψυχολογική ευημερία και στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Κορέα (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014).

2.3. ΕΠΙΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ

Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα μέσο κοινωνικοποίησης το οποίο τροφοδοτεί ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της επίγνωσης του αντικειμενοποιημένου σώματος που είναι η επιτήρηση του σώματος (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Στην υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με τη θεωρία της αντικειμενοποίησης, η επιτήρηση του σώματος αντιπροσωπεύει μια ανησυχία για την εξωτερική εμφάνιση μέσω της σκέψης ή της ανησυχίας για αυτήν (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019).

Η χρήση, λοιπόν, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από νεαρές γυναίκες συνεπάγεται έκθεση σε εξιδανικευμένες εικόνες ελκυστικών γυναικών ή σε εικόνες σχετικές με γυμναστική, η οποία με την σειρά της συσχετίζεται με την επιτήρηση του σώματος (body surveillance) (Betz, Sabik & Ramsey, 2019), με συγκρίσεις σχετικά με την εμφάνιση τους και με ανησυχίες που αφορούν την εικόνα του σώματός τους (Brown & Tiggemann, 2016, όπως αναφέρεται στους Seekis, Bradley και Duffy, 2020). Η επιτήρηση του σώματος λειτούργησε διαμεσολαβητικά στις επιδράσεις της διαδικτυακής παρουσίασης της εμφάνισης και της αλληλεπίδρασης σχετικά με την εμφάνιση πάνω στη δυσαρέσκεια με το σώμα στις γυναίκες (Xiaojing, 2017).

Οι χρήστες του Instagram βρέθηκε ότι είχαν υψηλότερα επίπεδα επιτήρησης του σώματος συγκριτικά με τους μη χρήστες του Instagram (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Οι Cohen, Newton-John και Slater (2017) βρήκαν ότι οι γυναίκες που ακολουθούσαν λογαριασμούς διασήμων στο Instagram εμπλέκονταν σε διαδικασίες επιτήρησης του σώματος και εμφάνιζαν τάση προς αδυνάτισμα. Η εσωτερίκευση των πολιτισμικών προτύπων της ομορφιάς και η εμπλοκή με ανοδικές συγκρίσεις

εμφάνισης λειτούργησαν διαμεσολαβητικά στις σχέσεις της χρήσης του Instagram, της αυτό-αντικειμενοποίησης και της επιτήρησης του σώματος (Feltman & Szymanski, 2017). Επιπρόσθετα, η επένδυση στην ανατροφοδότηση των φωτογραφιών στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (όπως για παράδειγμα τα «μου αρέσει» και τα σχόλια) έχει συνδεθεί με την επιτήρηση του σώματος (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019).

Η εμπλοκή σε διαδικασίες αντικειμενοποίησης και αυτό-αντικειμενοποίησης οδηγεί σε επιτήρηση του σώματος (Fredrickson & Roberts, 1997· Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Η αυτό-αντικειμενοποίηση αυτή μπορεί στη συνέχεια να εκδηλωθεί συμπεριφορικά ως η παθολογική επιτήρηση του σώματος (π.χ., τακτική επιτήρηση της εμφάνισης του σώματος ενός ατόμου) (Fredrickson & Roberts 1997· McKinley & Hyde 1996). Η θεωρία της αντικειμενοποίησης προτείνει ότι η επιτήρηση του σώματος παρεμποδίζει τις διαδικασίες της σκέψης (Fredrickson & Roberts, 1997).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΘΕΩΡΙΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΑΘΡΩΠΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥΣ

3.1. ΘΕΩΡΙΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η θεωρία της αντικειμενοποίησης στη βιβλιογραφία αναφέρεται σε γυναίκες. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, η αντικειμενοποίηση λαμβάνει χώρα όταν το σώμα ενός ατόμου αντιμετωπίζεται ανεξάρτητα ή αποσυνδέεται από το ίδιο το άτομο (Fredrickson & Roberts, 1997). Αυτό συμβαίνει με άλλα λόγια, οποιαδήποτε στιγμή που το σώμα μιας γυναίκας ή τα μέρη του σώματος αξιολογούνται ξεχωριστά από τη γυναίκα την ίδια και αντιμετωπίζονται ως αντιπροσωπευτικά της ίδιας ως άτομο (Feltman & Szymanski, 2017). Τα κορίτσια από νεαρή ηλικία μαθαίνουν άμεσα και έμμεσα, ότι οι παρατηρήσεις και οι εκτιμήσεις των άλλων ανθρώπων σχετικά με την εμφάνιση μπορούν να συμβάλλουν σε ευεργετικά κοινωνικά και οικονομικά αποτελέσματα (Fredrickson & Roberts, 1997).

Αυτό το θεωρητικό πλαίσιο τοποθετεί τα γυναικεία σώματα σε ένα κοινωνικοπολιτισμικό πλαίσιο με στόχο να ρίξει φως σε εμπειρίες και κινδύνους ψυχικής υγείας κοριτσιών και γυναικών που αντιμετωπίζουν σεξουαλική αντικειμενοποίηση (Fredrickson & Roberts, 1997). Αν και η σεξουαλική αντικειμενοποίηση δεν είναι παρά μια μορφή έμφυλης καταπίεσης, είναι αυτή που επηρεάζει -και ίσως επιτρέπει- μια σειρά από άλλες καταπίεσεις που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες, από διακρίσεις στην εργασία και τη σεξουαλική βία στην υποβάθμιση και

τον ευτελισμό της εργασίας και των επιτευγμάτων των γυναικών (Fredrickson & Roberts, 1997). Οι γυναίκες δεν βιώνουν και δεν ανταποκρίνονται στη σεξουαλική αντικειμενοποίηση με τον ίδιο τρόπο (Fredrickson & Roberts, 1997). Μοναδικό συνδυασμοί εθνικότητας, κοινωνικής τάξης, σεξουαλικότητας, ηλικίας και άλλων φυσικών και προσωπικών χαρακτηριστικών αναμφίβολα δημιουργούν μοναδικά σύνολα εμπειριών στις γυναίκες, καθώς και εμπειρίες που μοιράζονται συγκεκριμένες υποομάδες (Fredrickson & Roberts, 1997). Η συνήθης αυτή αντιμετώπιση ως σεξουαλικό αντικείμενο, παραγκωνίζει την ανθρώπινη υπόσταση και την προσωπικότητα του ατόμου, ενώ παράλληλα η σεξουαλικοποίηση αυτή διαιωνίζει και την κουλτούρα του βιασμού, ενοχοποιώντας το θύμα για ό,τι συνέβη (ντύσιμο) σε περιπτώσεις σεξουαλικής παρενόχλησης και κακοποίησης.

Σύμφωνα με τη θεωρία της αντικειμενοποίησης, οι γυναίκες που ζουν σε κοινωνικοπολιτισμικά περιβάλλοντα που συνεχώς και παντού αντιμετωπίζουν το γυναικείο σώμα ως ένα αντικείμενο για τη χρήση άλλων ή για διασκέδαση είναι κοινωνικοποιημένες με τέτοιο τρόπο ώστε να βλέπουν τον εαυτό τους από την οπτική γωνία ενός παρατηρητή και επομένως να εμπλέκονται σε μια συστηματική επιτήρηση του σώματος για να εκτιμηθεί η αξία τους στην κοινωνία (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Η θεωρία της αντικειμενοποίησης παρέχει ένα θεωρητικό πλαίσιο εξερεύνησης των επιπτώσεων του να ζεις σε μια κοινωνία όπου τα γυναικεία σώματα συχνά αντιμετωπίζονται ως αντικείμενα προς αξιολόγηση ή προς παρατήρηση (Seekis, Bradley & Duffy, 2020). Η θεωρία της αντικειμενοποίησης δηλώνει ότι οι γυναίκες βιώνουν σεξουαλική αντικειμενοποίηση μέσω των κοινωνικών συναντήσεων και της έκθεσης σε σεξουαλικές απεικονίσεις γυναικών στα μέσα ενημέρωσης (Cary, Maas & Nuttall, 2020).

Η θεωρία της αντικειμενοποίησης προτείνει ότι η επιτήρηση του σώματος παρεμποδίζει τις διαδικασίες της σκέψης (Fredrickson & Roberts, 1997). Αυτή η οπτική γωνία για τον εαυτό μπορεί να οδηγήσει σε συνήθη επιτήρηση του σώματος, η οποία, με τη σειρά της, μπορεί να αυξήσει τις πιθανότητες των γυναικών για ντροπή και άγχος, να μειώσει τις ευκαιρίες για καταστάσεις με μέγιστα κίνητρα και να ελαττώσει την επίγνωση των εσωτερικών σωματικών καταστάσεων (Fredrickson & Roberts, 1997). Συσσωρεύσεις τέτοιων εμπειριών μπορεί να συμβάλλουν σε μια σειρά κινδύνων για την πνευματική υγεία που επηρεάζουν δυσανάλογα τις γυναίκες: μονοπολική κατάθλιψη, σεξουαλική δυσλειτουργία και διατροφικές διαταραχές (Fredrickson & Roberts, 1997). Ομοίως, οι πιθανές ψυχολογικές επιπτώσεις της επίγνωσης της αντικειμενοποίησης του σώματος περιλαμβάνουν ντροπή και άγχος για το σώμα, μειωμένη αντίληψη των εσωτερικών σωματικών αναγκών και σεξουαλική δυσλειτουργία (Moradi & Huang, 2008, όπως αναφέρεται στους Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014).

Η αντικειμενοποίηση μπορεί να πυροδοτηθεί από τον τρόπο επικοινωνίας ένα προς πολλά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δηλαδή το ότι οι χρήστες βρίσκονται σε επαγρύπνηση σχετικά με το πώς θα φαίνονται στους άλλους καθώς οι ίδιοι σκέφτονται, αντανακλούν και επεξεργάζονται τις προσωπικές τους φωτογραφίες για τους ακολούθους τους (Manago, 2014). Επιπλέον, οι νέοι άνθρωποι τείνουν να συγκρίνουν τον εαυτό τους με τους συνομηλίκους τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που επίσης στρατηγικά παρουσιάζουν τον εαυτό τους θετικά (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014).

Με το πέρασμα του χρόνου, τα κορίτσια και οι γυναίκες μπορεί να αρχίσουν να δίνουν αξία περισσότερο στα εμφανισιακά τους χαρακτηριστικά από τα προσωπικά τους χαρακτηριστικά όπως η ικανότητα (Seekis, Bradley & Duffy, 2020). Με άλλα λόγια, οι γυναίκες σε διαφορετικό βαθμό η καθεμία, αρχίζουν να αυτο-αντικειμενοποιούνται (Fredrickson & Roberts, 1997).

3.2. ΘΕΩΡΙΑ ΑΥΤΟ-ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η θεωρία της αντικειμενοποίησης υποστηρίζει ότι αυτές οι εμπειρίες αντικειμενοποίησης μπορεί να οδηγήσουν τα κορίτσια και τις γυναίκες να αρχίσουν να εσωτερικεύουν την οπτική γωνία τρίτων για τον εαυτό τους (Feltman & Szymanski, 2017), δηλαδή έχουν μάθει να εσωτερικεύουν την οπτική γωνία ενός παρατηρητή ως πρωταρχική άποψη του εξωτερικού τους εαυτού (Fredrickson & Roberts, 1997). Ένα αρνητικό αποτέλεσμα της εσωτερίκευσης της αντικειμενοποίησης είναι μια διαδικασία που είναι γνωστή ως αυτό-αντικειμενοποίηση, ένα φαινόμενο στο οποίο οι γυναίκες εσωτερικεύουν την αντικειμενοποίηση από άλλους και αρχίζουν να θεωρούν τον εαυτό τους ως σεξουαλικά αντικείμενα (Noll & Fredrickson, 1998, όπως αναφέρεται στους Cary, Maas και Nuttall, 2020). Ουσιαστικά, αρχίζουν να θεωρούν τον εαυτό τους ως αντικείμενα που πρέπει να εξεταστούν και αξιολογηθούν· αρχίζουν να αυτό-αντικειμενοποιούνται (Feltman & Szymanski, 2017). Η αυτό-αντικειμενοποίηση αυτή μπορεί στη συνέχεια να εκδηλωθεί συμπεριφορικά ως η παθολογική επιτήρηση του σώματος (π.χ., τακτική επιτήρηση της εμφάνισης του σώματος ενός ατόμου) (Fredrickson & Roberts, 1997· McKinley & Hyde, 1996).

Δεδομένων των απάνθρωπων πτυχών της αυτό-αντικειμενοποίησης, αυτή η διαδικασία απειλεί την ολιστική ανάπτυξη του εαυτού (Cary, Maas & Nuttall, 2020). Επιπρόσθετα, στην προαναφερθείσα έρευνα η αυτό-αντικειμενοποίηση συσχετίστηκε αρνητικά με την αυτοεκτίμηση. Αν οι άνθρωποι με υψηλά επίπεδα αυτό-αντικειμενοποίησης δίνουν περισσότερη αξία στην εξωτερική τους εμφάνιση, μπορεί να αισθάνονται χειρότερα όταν θεωρούν κάποιον άλλο να είναι περισσότερο ελκυστικός εμφανισιακά από αυτούς (Yang, Fardouly, Wang & Shi, 2020).

Ο εξονυχιστικός έλεγχος και η τροποποίηση φωτογραφιών των ίδιων κάνει τις γυναίκες να σκέφτονται περισσότερο τα ψεγάδια και τις ατέλειές του (Mills, Musto, Williams & Tiggemann, 2018). Η επεξεργασία αυτή μπορεί να δημιουργήσει αισθήματα αυτό-αντικειμενοποίησης (Mills, Musto, Williams & Tiggemann, 2018). Στην έρευνα των Terán, Yan και Stevens Aubrey (2019), παρατηρήθηκε ότι η διαδικασία της επεξεργασίας μιας φωτογραφίας προσώπου (selfie) προς κοινοποίηση από έφηβες, συσχετίστηκε με την αυτό-αντικειμενοποίηση, η οποία αποτέλεσε ένδειξη για ανησυχίες σχετικά με την εμφάνιση, συμπεριλαμβανομένων του άγχους για την εμφάνιση, της ντροπής για το σώμα (body shame) και της χαμηλής αξιολόγησης της εμφάνισής τους. Τέλος, οι Peat και Muehlenkamp (2011) κατέληξαν στο ότι η φτωχή εσωτερική αντιληπτική ικανότητα και το κοινωνικό άγχος αποτελούν σημαντικές διαμεσολαβητικές μεταβλητές στις σχέσεις μεταξύ της αυτό-αντικειμενοποίησης και των διατροφικών διαταραχών αλλά και των καταθλιπτικών συμπτωμάτων.

Η μεγαλύτερη συνολικά χρήση του Instagram από γυναίκες ηλικίας 18 έως 25 ετών συσχετίστηκε με μεγαλύτερα επίπεδα αυτό-αντικειμενοποίησης, ενώ η εσωτερική και οι συγκρίσεις εμφάνισης με διάσημους λειτούργησαν διαμεσολαβητικά σε αυτή τη σχέση (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017). Η αυτό-αντικειμενοποίηση διαπιστώθηκε ότι μετριάζει την έμμεση σχέση μεταξύ της αυτό-επιτήρησης και της δυσαρέσκειας με το πρόσωπο μέσω των συγκρίσεων εμφάνισης (Yang, Fardouly, Wang & Shi, 2020). Η έκθεση σε εικόνες γυμναστικής δεν συσχετίστηκε με την αυτό-αντικειμενοποίηση σε νεαρές γυναίκες (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017).

3.3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΓΚΡΙΣΗ

Η θεωρία της κοινωνικής σύγκρισης προτείνει ότι οι άνθρωποι έχουν μία τάση να αξιολογούν την πρόοδό τους και τη θέση τους σε διάφορες πτυχές της ζωής τους και χωρίς αντικειμενικά κριτήρια να συγκρίνουν τον εαυτό τους με τους άλλους για να μάθουν ποια είναι η θέση τους (Festinger, 1954). Η αυξανόμενη κατανάλωση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και οι αναδυόμενες μορφές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, επιτρέπουν την άνευ προηγουμένου κοινωνική σύγκριση εμφάνισης με τους συνομηλίκους, την οικογένεια και με τα γενικότερα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Stronge και συν., 2015).

Οι συγκρίσεις εμφάνισης είναι ένας σημαντικός κοινωνικοπολιτισμικός παράγοντας που επηρεάζει την εικόνα σώματος των γυναικών (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Αυτές οι συγκρίσεις μπορεί να συμβούν σε διαφορετικά περιβάλλοντα (όπως για παράδειγμα, μέσω περιοδικών, μέσων κοινωνικής δικτύωσης, πρόσωπο με πρόσωπο) (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Οι συγκρίσεις διαχωρίζονται σε ανοδικές και καθοδικές. Ανοδικές συγκρίσεις είναι οι συγκρίσεις με άλλους που θεωρούνται πιο ελκυστικοί από τους ίδιους, ενώ καθοδικές είναι οι συγκρίσεις με άτομα που τα θεωρούν λιγότερο ελκυστικά από αυτούς.

Παρατηρήθηκε ότι οι γυναίκες συνέκριναν την εμφάνισή τους με των άλλων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περισσότερο από κάθε άλλη πλατφόρμα μέσω ενημέρωσης όπως τηλεόραση, περιοδικά, διαφημίσεις (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Επομένως, οι εικόνες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να είναι πιο εύκολα προσβάσιμες από τις εικόνες στα παραδοσιακά μέσα επειδή τα κοινωνικά μέσα είναι εύκολα προσβάσιμα σε κινητά τηλέφωνα (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017).

Έχει παρατηρηθεί δημοτικότητα της χρήσης μέσω κοινωνικών δικτύωσης μεταξύ νεαρών γυναικών (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Η μεγαλύτερη συχνότητα σύγκρισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα μπορεί να οφείλεται εν μέρει στις γυναίκες που επιλέγουν να συγκρίνουν την εμφάνισή τους με αυτή των συνομηλίκων τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή θεωρούνται πιο σχετικοί στόχοι σύγκρισης από ό, τι τα μοντέλα στα περιοδικά (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Οι Fardouly, Willburger και Vartanian (2017) υποστήριξαν επίσης ότι εάν οι γυναίκες κρίνουν ότι η εμφάνιση διασημοτήτων είναι λιγότερο προσωπικά εφικτή από την εμφάνιση των συνομηλίκων τους (επειδή γνωρίζουν ότι οι εικόνες των διασήμων είναι συχνά επεξεργασμένες ή διαστρεβλωμένες), η έκθεση σε εικόνες διασημοτήτων μπορεί να επηρεάζει λιγότερο την εικόνα του σώματος από την προβολή εικόνων από συνομηλίκους. Έτσι, αν και βλέποντας εικόνες διασημοτήτων μπορεί να αυξήσει την προσοχή στην εμφάνιση (και επομένως, την αυτό-αντικειμενοποίηση), η αναγνώριση ότι αυτές οι εικόνες είναι τροποποιημένες και συνεπώς μη ρεαλιστικές μπορεί να μετριάσει τον αντίκτυπο στις ανησυχίες σχετικά με την εικόνα του σώματος (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017).

Η κοινωνική σύγκριση σε συνδυασμό με εργαλεία για επεξεργασία του διαδικτυακού εαυτού μπορούν να καλλιεργήσουν την αίσθηση του ελέγχου στους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη ρύθμιση των εμφανίσεων για να ακολουθούν το κυρίαρχο ρεύμα αισθητικής (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Ταυτόχρονα, η αίσθηση αυτή του ελέγχου μπορεί να οδηγήσει σε μία αίσθηση ανεπάρκειας όταν αποτυγχάνουν να ανταποκριθούν σε εξιδανικευμένες διαδικτυακές εικόνες. (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Ο εκλαμβανόμενος έλεγχος της εμφάνισης κάποιου θεωρείται ότι παίζει καθοριστικό ρόλο στη σύνδεση μεταξύ της

επιτήρησης του σώματος και της ντροπής για το σώμα, σύμφωνα με τη θεωρία της αντικειμενοποίησης (McKinley & Hyde, 1996).

Οι συγκρίσεις που βασίζονται στην εμφάνιση βρέθηκαν ότι λειτουργούσαν αρκετά διαμεσολαβητικά μεταξύ της χρήσης ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης και της δυσαρέσκειας με την εικόνα του σώματος (Ryding & Kuss, 2020). Η παθητική χρήση του Facebook και η ένταση του συνδέθηκαν με τη συμπεριφορά της κοινωνικής σύγκρισης (Faelens, Hoorelbeke, Fried, De Raedt & Koster, 2019). Η κοινωνική σύγκριση με τη σειρά της συνέδεσε την έντονη χρήση του Facebook με την αυτό-εκτίμηση και η αυτό-εκτίμηση συνέδεσε τον στοχασμό, τα αγχώδη και καταθλιπτικά συμπτώματα με την κοινωνική σύγκριση και την έντονη χρήση του Facebook (Faelens, Hoorelbeke, Fried, De Raedt & Koster, 2019).

Οι ανοδικές συγκρίσεις εμφάνισης μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συσχετίστηκαν με μειωμένη διάθεση από αυτές που έγιναν πρόσωπο με πρόσωπο ή μέσα από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Οι ανοδικές συγκρίσεις εμφάνισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συσχετίστηκαν με περισσότερες σκέψεις για δίαιτα και για άθληση από αυτές που έγινα πρόσωπο με πρόσωπο (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Παρόλα αυτά παρατηρήθηκε ότι οι γυναίκες ήταν πολύ πιθανότερο να περιορίσουν την πρόσληψη της τροφής και να αθλούνται μετά από ανοδικές συγκρίσεις μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και από κοντά από όταν δεν γίνονταν καθόλου συγκρίσεις (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017). Τα αποτελέσματα συνολικά της παραπάνω έρευνας δείχνουν ότι οι ανοδικές συγκρίσεις εμφάνισης μπορούν να συμβάλλουν στη διαιτητική και αθλητική

συμπεριφορά τους, ιδιαίτερα αν αυτές γίνονται πρόσωπο με πρόσωπο ή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στην έρευνα των Burnette, Kwitowski και Mazzeo (2017) οι νεαρές έφηβες ηλικίας 12 έως 14 ετών προέβησαν σε κάποιες κοινωνικές συγκρίσεις και εμφάνισαν ανησυχίες σχετικά με την εμφάνισή τους με συνομηλίκους κυρίως. Οι αρνητικές επιρροές της κοινωνικής σύγκρισης επικεντρώνονται στον ανταγωνισμό με τους συνομηλίκους από ό,τι στην έκθεση στην τηλεόραση ή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε έρευνα με έφηβα κορίτσια (Ferguson, Muñoz, Garza & Galindo, 2013). Ωστόσο, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είχε μια μικρή προγνωστική σχέση με τον ανταγωνισμό με συνομηλίκους, υποδηλώνοντας ότι μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι ένας χώρος στον οποίο διεξάγεται ο ανταγωνισμός με τους συνομηλίκους για πιθανούς συντρόφους (Ferguson, Muñoz, Garza & Galindo, 2013). Γενικότερα, στις ηλικίες όπου διαμορφώνεται η ταυτότητα του ανθρώπου, η επιρροή και η πίεση από τους συνομηλίκους (peer pressure) για αποδοχή και ενσωμάτωση στο κοινωνικό σύνολο οδηγούν τα άτομα σε διαδικασίες σύγκρισης τους με τους άλλους ώστε να αναγνωρίσουν τη θέση τους και να κάνουν ό,τι χρειάζεται για να προσαρμοστούν στο εκάστοτε περιβάλλον.

Η ικανότητα να κρίνουν τις διαφημιστικές εικόνες που προάγουν τα πρότυπα εμφάνισης σε σχέση με τον ρεαλισμό και την εμπορική πρόθεσή τους, βοηθά στην αντιστάθμιση του αντίκτυπου της προβολής αυτών των εικόνων σε νέες γυναίκες (Tamplin, McLean & Paxton, 2018). Είναι πιθανό ότι κάνοντας χρήση αυτού του τύπου κριτικής σκέψης μπορεί για παράδειγμα, να επιτρέψει στις νέες γυναίκες να αναγνωρίσουν τον σκοπό που διέπει τις δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

και να σκεφτούν τρόπους με τους οποίους θα μπορούσαν να έχουν τροποποιηθεί οι εικόνες ή να έχουν επαυξηθεί και επομένως είναι λιγότερο πιθανό να προβούν σε αρνητικές συγκρίσεις εμφάνισης (Tamplin, McLean & Paxton, 2018).

Η κριτική σκέψη απέναντι στο περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που δημοσιεύτηκε από συνομηλίκους ενδέχεται να μην ασκεί την ίδια επιρροή στην αλλαγή των αντιλήψεων της πειστικότητας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως έγινε με την κριτική σκέψη για εμπορικό περιεχόμενο (Tamplin, McLean & Paxton, 2018). Αυτή η απόκλιση θα μπορούσε να οφείλεται σε εκλαμβανόμενες ομοιότητες με τους συνομηλίκους, συμβάλλοντας στη χαμηλότερη πιθανότητα να είναι σκεπτικοί για τις δημοσιεύσεις των συνομηλίκων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και συνεπώς μεγαλύτερη αποδοχή ή χαμηλότερη αμφισβήτηση των κινήτρων τους για δημοσίευση περιεχομένου στα μέσα αυτά (Tamplin, McLean & Paxton, 2018). Βρέθηκε επίσης οι γυναίκες που είχαν χαμηλά επίπεδα εσωτερικευσης και υψηλά επίπεδα γραμματισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, βίωσαν σημαντική μείωση στην ικανοποίηση με το σώμα (Tamplin, McLean & Paxton, 2018). Ένας λόγος που μπορεί να συμβάλλει σε αυτό το αποτέλεσμα είναι ότι η επικέντρωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των συνομηλίκων μπορεί να αυξήσει την προβολή της εικόνας του σώματος και κατά συνέπεια να πυροδοτήσει σύγκριση εμφάνισης με τους συνομηλίκους (Tamplin, McLean & Paxton, 2018). Επιπλέον, αυτό το εύρημα δείχνει την ισχυρή επιρροή που μπορεί να έχουν οι εξιδανικευμένες εικόνες στις νέες γυναίκες παρά τη χαμηλή τους ευαλωτότητα και τα υψηλά επίπεδα γραμματισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Tamplin, McLean & Paxton, 2018).

3.4. ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΥΣΗ ΠΡΟΤΥΠΩΝ

Η εσωτερίκευση των προτύπων που προβάλλονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης νοείται ως η υιοθέτηση των κοινωνικά καθορισμένων προτύπων που παρουσιάζονται στα μέσα αυτά ως προσωπικό κριτήριο και πρότυπο (Carlson Jones, 2004). Το πιο συχνό πρότυπο που συναντάται στη βιβλιογραφία είναι το πρότυπο ισχνότητας. Το πρότυπο της ισχνότητας αναφέρεται στον βαθμό που ένα άτομο νοητικά αποδέχεται τα κοινωνικώς καθορισμένα πρότυπα της ελκυστικότητας και εμπλέκεται σε συμπεριφορές σχεδιασμένες να προσομοιάζουν στο πρότυπο αυτό (Thompson and Stice, 2001) και φαίνεται να είναι ευρέως διαδεδομένο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Αυτό το πρότυπο μπορεί να προωθήσει ανθυγιεινά μέτρα, όπως δίαιτα, αύξηση της δυσαρέσκειας με το σώμα και διαταραγμένη διατροφική συμπεριφορά (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Υπό αυτήν την έννοια, η επιθυμία για αλλαγή της εικόνας του σώματος και η λήψη ανθυγιεινών μέτρων ήταν συνήθης στις γυναίκες, δεδομένης της γρήγορης εξάπλωσης της χρήσης ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης όπου οι εικόνες και το περιεχόμενο ενθαρρύνουν τις γυναίκες να φιλοδοξούν απέναντι σε μη ρεαλιστικά και ανέφικτα πρότυπα σώματος (Aparicio-Martinez και συν., 2019).

Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα μέσο κοινωνικοποίησης το οποίο τροφοδοτεί ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της επίγνωσης της αντικειμενοποίησης του σώματος: την εσωτερίκευση των κυρίαρχων πολιτισμικά προτύπων της ελκυστικότητας (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Ένας μοναδικός συνδυασμός παραγόντων συμπεριλαμβανομένων των αλληλεπιδράσεων με συνομήλικους, της δημοτικότητας του διαμοιρασμού φωτογραφιών και της

προσβασιμότητας της κινητής τεχνολογίας συμβάλλουν στην αύξηση της πιθανότητας της εσωτερίκευσης του προτύπου της ισχνότητας (Cohen, Newton-John & Slater, 2017).

Τα αποτελέσματα της έρευνας των Feltman και Szymanski (2017) ρίχνουν φως στο πώς η επαφή κάποιου με εξιδανικευμένες εικόνες που βρίσκονται σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να σχετίζεται με το ότι οι γυναίκες εσωτερικεύουν μηνύματα σχετικά με το πώς πρέπει να φαίνονται, κάτι που με τη σειρά του υπαγορεύει πώς οι γυναίκες βλέπουν και παρακολουθούν το σώμα τους. Η εσωτερίκευση των μη ρεαλιστικών και διαστρεβλωμένων εικόνων της γυναικείας ομορφιάς αποτελεί λόγο ανησυχίας επειδή μπορεί να οδηγήσει σε δυσαρέσκεια με το σώμα, μια ένδειξη – κλειδί των διατροφικών διαταραχών (Smolak & Thompson, 2009, όπως αναφέρεται στον Perloff, 2014).

Η αυτό-εκτίμηση και τα καταθλιπτικά συμπτώματα, δυο ενδείξεις αρνητικής διάθεσης, συσχετίστηκαν και τα δύο με την εσωτερίκευση των προτύπων που προβάλλουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (πρότυπα ισχνότητας), καθώς και εσωτερίκευσης του προτύπου της μυϊκής δύναμης σε εφήβους (Rodgers και συν., 2020).

Η εσωτερίκευση του προτύπου της ισχνότητας επηρέασε τη σχέση μεταξύ των συχνών κοινωνικών συγκρίσεων και της δυσαρέσκειας με το σώμα όπως παρατηρήθηκε σε έφηβα κορίτσια (Scully, Swords & Nixon, 2020). Είναι πιθανό ότι ο χρόνος που ξοδεύεται στο Facebook βλέποντας κατά κύριο λόγο ελκυστικές φωτογραφίες φίλων μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη σύγκριση εμφάνισης και στην εσωτερίκευση του προτύπου της ισχνότητας (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Οι συμμετέχουσες στην έρευνα των Baker, Ferszt και Breines (2019) ανέφεραν μια

ποικιλία προτύπων ομορφιάς από το Instagram, όχι μόνο σχετικά με το πρότυπο ισχνότητας αλλά όλα αυτά που είναι δύσκολα να επιτευχθούν από τις περισσότερες γυναίκες. Κατά τη χρήση του Instagram, νεαρές γυναίκες αναγνώρισαν και πάσχισαν να ακολουθήσουν τα πρότυπα ομορφιάς, ενώ μερικές ανέφεραν ότι βίωσαν δυσαρέσκεια με την εμφάνισή τους όταν προσπαθούσαν να ανταποκριθούν και να φτάσουν σε αυτά τα πρότυπα (Baker, Ferszt & Breines, 2019).

Οι γυναίκες με υψηλά επίπεδα γραμματισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και χαμηλά επίπεδα εσωτερίκευσης έδειξαν μια σημαντική μείωση στη δυσαρέσκεια με το σώμα ακολουθούμενη από την έκθεση σε εικόνες σύμφωνες με τα πρότυπα ισχνότητας (Tamplin, McLean & Paxton, 2018).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ, ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ

4.1. ΚΑΤΑΘΛΙΨΗ

Η κατάθλιψη (μείζονα καταθλιπτική διαταραχή) είναι μια συνήθης και σοβαρή ασθένεια, μια διαταραχή της διάθεσης που επηρεάζει αρνητικά τον τρόπο που αισθάνεται, τον τρόπο που σκέφτεται και το πώς ενεργεί το άτομο. Τα συμπτώματα κατάθλιψης μπορεί να ποικίλουν από ήπια έως σοβαρά και μπορεί να περιλαμβάνουν: αίσθημα θλίψης ή κατάθλιψης, απώλεια ενδιαφέροντος ή απόλαυσης για δραστηριότητες που απολάμβανε, αλλαγές στην όρεξη - απώλεια βάρους ή αύξηση που δεν σχετίζεται με τη δίαιτα, πρόβλημα ύπνου ή το να κοιμούνται πάρα πολύ, απώλεια ενέργειας ή αυξημένη κόπωση, αύξηση της άσκοπης σωματικής δραστηριότητας ή επιβραδυνόμενες κινήσεις ή ομιλία (αυτές οι ενέργειες πρέπει να είναι αρκετά σοβαρές ώστε να μπορούν να παρατηρηθούν από άλλους), αίσθημα αναξιοτήτας ή ενοχής, δυσκολία σκέψης, συγκέντρωσης ή λήψης αποφάσεων, σκέψεις θανάτου ή αυτοκτονίας (American Psychiatric Association, 2013).

Η κατάθλιψη του Facebook ορίζεται ως η αίσθηση της κατάθλιψης από την μεγάλη έκθεση σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019). Η χρήση των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης, δηλαδή ο χρόνος που ξοδεύτηκε στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης και η συχνότητα ελέγχου τους, είχε μια μικρή και θετική συσχέτιση με τα καταθλιπτικά συμπτώματα (Yoon, Kleinman,

Mertz & Brannick, 2019). Αυτοί που αισθάνονται κατάθλιψη μπορεί να ενασχοληθούν με ένα εικονικό διαδικτυακό κόσμο όπως αυτόν των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης πιο συχνά από αυτούς που δεν έχουν κατάθλιψη (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019).

Οι γενικές κοινωνικές συγκρίσεις που γίνονται στους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης έδειξαν μικρή έως μέτρια συσχέτιση με τα καταθλιπτικά συμπτώματα, ενώ οι ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις που γίνονται σε αυτούς είχε μια μέτρια συσχέτιση με την κατάθλιψη (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019). Και οι γενικές και οι ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις που έγιναν στους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης συσχετίστηκαν περισσότερο με τα καταθλιπτικά συμπτώματα από ό,τι ο χρόνος που σπαταλήθηκε σε αυτούς (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019). Τα καταθλιπτικά συμπτώματα συσχετίστηκαν με υψηλότερα επίπεδα ανοδικής σύγκρισης σε εφήβους (Rodgers και συν., 2020).

Οι Frison και Eggermont (2017) συμπέραναν ότι οι έφηβοι είχαν υψηλότερη πιθανότητα να αναπτύξουν κατάθλιψη όταν περιηγούνταν συχνά στο Instagram και ότι υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα οι έφηβοι να αναρτήσουν περισσότερο στο Instagram όταν έχουν υψηλότερα επίπεδα κατάθλιψης. Επιπλέον, δε βρέθηκε καμία επιρροή από την λήψη αυτό-πορτρέτου (selfie) στην αίσθηση της παχυσαρκίας, την ικανοποίηση με το σώμα και την κατάθλιψη (Mills, Musto, Williams και Tiggemann, 2018), μάλλον επειδή τα αυτό-πορτρέτα επικεντρώνονται συνήθως στο πρόσωπο.

Στα πλαίσια της αυτό-αντικειμενοποίησης, οι γυναίκες που πιθανόν να μην μπορούν να αλλάξουν το σώμα τους με τέτοιο τρόπο ώστε να συμβαδίζει με τα λεπτά πρότυπα των μέσων ενημέρωσης, μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της πιθανότητας

εμφάνισης ή ενίσχυσης των καταθλιπτικών συμπτωμάτων (Peat & Muehlenkamp, 2011).

Η διαδικασία “human ratings” κατάφερε να διαχωρίσει μεταξύ των αναρτήσεων στο Instagram που έγιναν από καταθλιπτικούς ανθρώπους και υγιείς ανθρώπους (Reece & Danforth, 2017). Οι καταθλιπτικοί χρήστες του Instagram στο δείγμα της προαναφερθείσας έρευνας είχαν μια υπερμεγέθη προτίμηση για επεξεργασία όλων των χρωμάτων των φωτογραφιών που ανάρτησαν και έδειξαν μία αποστροφή για χρήση τεχνητού φωτισμού συγκριτικά με τους μη καταθλιπτικούς της ομάδας ελέγχου (Reece & Danforth, 2017). Επίσης, οι καταθλιπτικοί χρήστες ήταν πιθανότερο να αναρτήσουν φωτογραφίες με τα πρόσωπά τους αλλά έτειναν να αναρτούν λιγότερα πρόσωπα ανά φωτογραφία (Reece & Danforth, 2017). Αυτό το εύρημα μπορεί να είναι μια έμμεση ένδειξη ότι οι καταθλιπτικοί χρήστες αλληλεπιδρούν με μικρότερα κοινωνικά περιβάλλοντα ή τουλάχιστον ότι επιλέγουν μόνο να κοινοποιήσουν τέτοιου είδους εμπειρίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Reece & Danforth, 2017).

Οι χρήστες του Instagram που αλληλεπιδρούν γύρω από αναρτήσεις με ετικέτες σχετικές με την κατάθλιψη μπορεί να θεωρούν τον ιστότοπο ως ένα μέρος για να απενοχοποιήσουν τις εμπειρίες τους από το να βρουν περισσότερη αληθινή στήριξη (Andalibi, Ozturk & Forte, 2017). Μπορεί επίσης να είναι το ότι η παροχή συναισθηματικής στήριξης μπορεί να είναι πιο εύκολη από την παροχή ουσιαστικής ή ενημερωτικής στήριξης (Andalibi, Ozturk & Forte, 2017). Αν η κατάθλιψη οδηγεί τους ανθρώπους να ασχολούνται περισσότερο με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παραμένει ασαφές αν η εκτεταμένη χρήση αυτών είναι προβληματική ή όχι, ή αν ο αντίκτυπος της μπορεί να εξαρτάται από το πώς τα άτομα χρησιμοποιούν τους ιστότοπους κοινωνικής

δικτύωσης (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019). Είναι πιθανό ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αποτελούν ένα μέρος όπου τα άτομα με κατάθλιψη να λαμβάνουν εικονική κοινωνική στήριξη που μπορεί να μην μπορούν να την αποκτήσουν με τις αλληλεπιδράσεις τους πρόσωπο με πρόσωπο (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019).

4.2. ΑΓΧΟΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ

Το άγχος της κοινωνικής εμφάνισης μπορεί να οριστεί ως ο φόβος ότι κάποιος μπορεί να αξιολογηθεί αρνητικά από τους άλλους εξαιτίας της εμφάνισης του (Hart και συν., 2008). Η άγνοια για το πότε και πώς το σώμα κάποιου θα φαίνεται και θα αξιολογηθεί μπορεί να δημιουργήσει άγχος για πιθανή έκθεση (Fredrickson & Roberts, 1997). Το κοινωνικό άγχος της εμφάνισης πηγάζει από φυσικά χαρακτηριστικά όπως το ύψος, το βάρος, τη μυϊκή δομή, το χρώμα του δέρματος και το σχήμα του προσώπου (μύτη, απόσταση μεταξύ των ματιών, χαμόγελο) (Ayar, Özalp Gerçeker, Özdemir & Bektaş, 2018) και είναι το αποτέλεσμα μιας αρνητικής εικόνας σώματος που σχετίζεται με την εμφάνιση (Hart και συν., 2008).

Οι νέοι άνθρωποι που βιώνουν άγχος στην επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, συχνά χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και κατ' επέκταση το διαδίκτυο (Pemppek, Yermolayeva & Calvert, 2009). Το κοινωνικό άγχος της εμφάνισης επηρεάζει τη συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης μέσω της επιθυμίας για ιδιωτικότητα (Doğan & Çolak, 2016). Επιπρόσθετα, η χρήση ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης και η ενασχόληση με την εμφάνιση κατά τη χρήση τους έδειξε ήπιες σχέσεις με τις ανοδικές συγκρίσεις και το άγχος κοινωνικής εμφάνισης (Seekis, Bradley & Duffy, 2020).

Το άγχος των έφηβων αγοριών σχετικά με την εμφάνιση και η προσδοκία ότι οι φωτογραφίες αυτό-πορτρέτων θα μπορούσαν να βελτιώσουν την αυτοπεποίθησή τους ήταν και οι δύο ενδείξεις της προβληματικής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Boursier, Gioia & Griffiths, 2020). Αντιθέτως, οι έφηβες εμφάνισαν υψηλά επίπεδα

άγχους κοινωνικής εμφάνισης, τα οποία δεν επηρέασαν τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Boursier, Gioia & Griffiths, 2020).

Στην έρευνα των Terán, Yan και Stevens Aubrey (2019), παρατηρήθηκε ότι η διαδικασία της επεξεργασίας μιας φωτογραφίας προσώπου (selfie) προς κοινοποίηση από έφηβες, συσχετίστηκε με την αυτό-αντικειμενοποίηση, η οποία αποτέλεσε ένδειξη για ανησυχίες σχετικά με την εμφάνιση, συμπεριλαμβανομένων του άγχους για την εμφάνιση, της ντροπής για το σώμα (body shame) και της χαμηλής αξιολόγησης της εμφάνισής τους. Οι Peat και Muehlenkamp (2011) κατέληξαν στο ότι η φτωχή εσωτερική αντιληπτική ικανότητα και το κοινωνικό άγχος αποτελούν σημαντικές διαμεσολαβητικές μεταβλητές στις σχέσεις μεταξύ της αυτό-αντικειμενοποίησης και των διατροφικών διαταραχών αλλά και των καταθλιπτικών συμπτωμάτων. Επιπλέον, το άγχος κοινωνικής εμφάνισης συσχετίστηκε πολύ και θετικά με την επιτήρηση του σώματος (Seekis, Bradley & Duffy, 2020).

Η ενσυνειδητότητα (mindfulness) έχει ευεργετική επίδραση στην παθολογική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από κινητά, η οποία μπορεί να αιτιολογηθεί από την επίδρασή της στην αυτοεκτίμηση και στο κοινωνικό άγχος (Araolaza, Hartmann, D'Souza & Gilsanz, 2019). Τα άτομα με υψηλότερα επίπεδα ενσυνειδητότητας είναι πιθανόν να έχουν επίσης υψηλότερη αυτοεκτίμηση, η οποία με τη σειρά της συμβάλλει στη μείωση του κοινωνικού άγχους και της παθολογικής χρήσης κινητών μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Araolaza, Hartmann, D'Souza & Gilsanz, 2019). Η πνευματική επίγνωση μειώνει την πιθανότητα ανάπτυξης προβληματικής χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Araolaza, Hartmann, D'Souza & Gilsanz, 2019).

4.3. ΔΙΑΘΕΣΗ – ΡΥΘΜΙΣΗ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΩΝ

Οι εικόνες μπορούν να αποτελέσουν ένα αποτελεσματικό μέσο έκφρασης δύσκολων συναισθημάτων (Andalibi, Ozturk & Forte, 2017). Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης όπως το Instagram προσφέρουν μια ευκαιρία άνευ προηγουμένου για την κοινοποίηση εικόνων (Andalibi, Ozturk & Forte, 2017). Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το Instagram για κοινωνική συναλλαγή και την αφήγηση ιστοριών σχετικά με δύσκολες εμπειρίες (Andalibi, Ozturk & Forte, 2017). Οι Błachnio, Przepiorka, Senol-Durak, Durak και Sherstyuk (2017) υποστήριξαν ότι ο εθισμός στο Facebook συσχετίστηκε θετικά με τον εθισμό γενικά στο διαδίκτυο, ενώ ο εθισμός στο διαδίκτυο με τη σειρά του συσχετίστηκε αρνητικά με τη συναισθηματική σταθερότητα, τη σχολαστικότητα και την εξωστρέφεια.

Οι ανησυχίες εμφάνισης είναι οξυμένες όταν οι γυναίκες αλληλεπιδρούν και δομούν τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φανερώνοντας φτωχότερη εικόνα σώματος και διάθεσης (de Vries, Peter, Nikken & de Graaf, 2014). Αν και οι στρατηγικές αυτο-παρουσίασης όπως η επεξεργασία φωτογραφιών παρέχουν μια αίσθηση ελέγχου της εξωτερικής εμφάνισης (Tiggemann & Miller, 2010), δεν βελτιώνουν στην πραγματικότητα τη διάθεση ή την αυτό-εικόνα (Mills, Musto, Williams και Tiggemann, 2018). Σύμφωνα με τους Mills, Musto, Williams και Tiggemann (2018), οι γυναίκες που τραβούσαν και αναρτούσαν αυτό-πορτρέτα (selfie) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χωρίς την επιλογή να την επεξεργαστούν ή να ξανατραβήξουν, αισθάνονταν περισσότερο άγχος, λιγότερη αυτοπεποίθηση και λιγότερο ελκυστικές εμφανισιακά. Όμοια, η λήψη και η ανάρτηση αυτό-πορτρέτου ("selfie") στα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης έχει ως αποτέλεσμα μειωμένη διάθεση και χειρότερη εικόνα του εαυτού (Mills, Musto, Williams & Tiggemann, 2018).

Η επιλεκτική αντιπαράθεση με τις επιτυχημένες εμπειρίες των άλλων μπορεί να πυροδοτήσει επαναλαμβανόμενες αρνητικές σκέψεις σχετικά με τις ατέλειες κάποιου, οι οποίες σχηματίζουν έναν ευρέως γνωστό κίνδυνο για την αιτιολογία και τη διατήρηση των συναισθηματικών διαταραχών (Faelens, Hoorelbeke, Fried, De Raedt & Koster, 2019).

Οι χρήστες του Instagram επιστρέφουν στο Instagram έτσι ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες αναγνώρισης και οι κοινωνικές ανάγκες τους (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Παρατηρήθηκε σε μαθητές θετική συσχέτιση μεταξύ του εθισμού στο Instagram και της ακαδημαϊκής επίδοσης και θετική επίδραση του εθισμού στο Instagram με τη ντροπή και τη μοναξιά (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Αν και η ικανοποίηση με τη ζωή επηρεάστηκε θετικά από τον ακαδημαϊκή επίδοση, επηρεάστηκε αρνητικά από τη ντροπή και τη μοναξιά (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Μια πιθανή εξήγηση μπορεί να είναι ότι τα υψηλότερα επίπεδα εθισμού στο Instagram μπορεί να κάνουν τους μαθητές να αποφεύγουν τις κοινωνικές καταστάσεις και, με τη σειρά του αυτό μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερα επίπεδα ντροπής (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020).

Ακόμα ένας πιθανός λόγος γιατί αυτή η σχέση είναι ότι οι μαθητές προσπαθούν να περιορίσουν το χρόνο που περνούν στο Instagram, αλλά είναι πέρα από τον έλεγχό τους και οι ανεπιτυχείς προσπάθειές τους μπορεί να οδηγήσουν σε μεγαλύτερη δυσαρέσκεια (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Τα άτομα που προσπαθούν να μειώσουν τη χρήση του Instagram θα αντιμετωπίσουν έναν αμυντικό

μηχανισμό που υπάρχει στον εθισμό, και κατά συνέπεια, θα παραποιήσουν τον πραγματικό χρόνο που ξοδεύεται στο Instagram και συνήθως θα τον υποτιμήσουν (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Ωστόσο, αυτοί οι άνθρωποι «κακοποιούνται» από το Instagram και η αφιέρωση χρόνου στο Instagram όχι μόνο δεν τους δίνει καμία ικανοποίηση αλλά επίσης μειώνει την ικανοποίηση με τη ζωή τους (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020).

Η ψυχολογική ευημερία φάνηκε ότι μετριάζει αρνητικά τη σχέση μεταξύ των κοινωνικών αναγκών των μαθητών και τον εθισμό στο Instagram (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Επομένως, είναι δυνατόν να συμπεράνουμε ότι οι κοινωνικές ανάγκες των μαθητών με υψηλότερη ψυχολογική ευημερία είναι λιγότερο πιθανό να οδηγήσουν σε εθισμό στο Instagram (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Τα προηγούμενα ευρήματα έδειξαν ότι εκείνοι μαθητές που έχουν χαμηλά επίπεδα ψυχολογικής ευημερίας μπορεί να αναμένεται να βιώσουν τον εθισμό στο Instagram, καθώς προσπαθούν σκληρά να ικανοποιήσουν τις κοινωνικές τους ανάγκες (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Πιστεύεται ότι οι μαθητές με υψηλό επίπεδο ψυχολογικής ευημερίας είναι σε θέση να διαχειριστούν τις ψυχαγωγικές τους ανάγκες και αυτή η ικανότητα μπορεί να τους εμποδίσει από το να εθιστούν στο Instagram (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020).

Η αυτοεκτίμηση είναι ένας σημαντικός παράγοντας που αυξάνει την ψυχολογική ευημερία στην Κορέα και τις Ηνωμένες Πολιτείες, αλλά ο ρόλος της υψηλής αυτοεκτίμησης είναι εξαιρετικά πιο σημαντικός για τους Αμερικανούς από ό,τι για τους Κορεάτες (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗ ΔΥΣΑΡΕΣΚΕΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ

5.1. ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ

Οι διαταραγμένες διατροφικές συμπεριφορές αυξάνονται με γοργό ρυθμό, ειδικά μεταξύ των νεαρών γυναικών στα είκοσι τους (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Αυτές οι διαταραγμένες συμπεριφορές προκύπτουν από την αλληλεπίδραση πολλών παραγόντων, όπως τα πρότυπα ομορφιάς (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα μη ρεαλιστικά πρότυπα ομορφιάς διαδίδονται και μπορούν να οδηγήσουν σε αυτές τις συμπεριφορές (Aparicio-Martinez και συν., 2019).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, συγχωνεύουν δύο παράγοντες που επηρεάζουν τον κίνδυνο των διατροφικών διαταραχών, τα μέσα ενημέρωσης και τους συνομήλικους (Mabe, Forney & Keel, 2014). Η θέαση και ο σχολιασμός στα προφίλ των συνομηλικών στο Facebook συσχετίστηκε σημαντικά με την τάση για αδυνάτισμα μεταξύ ανδρών και γυναικών προπτυχιακών φοιτητών (Kim & Chock, 2015). Η υψηλή έκθεση σε εικόνες σχετικές με τη γυμναστική συσχετίστηκε με υψηλή τάση προς αδυνάτισμα (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017· Seekis, Bradley & Duffy, 2020).

Οι διατροφικές διαταραχές συσχετίστηκαν με τη χρήση των μέσων κοινωνικών δικτύωσης, την αυτο-εκτίμηση, την εικόνα του σώματος και το επιθυμητό σώμα (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της εικόνας του σώματος,

των ανησυχιών για το σώμα, τη δυσαρέσκεια με το σώμα και των διατροφικών διαταραχών μεταξύ των γυναικών που φοιτούν στα πανεπιστήμια (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Οι γυναίκες ανέφεραν μέτρια επίπεδα δυσαρέσκειας με το σώμα και ανησυχιών για το σώμα, τα οποία σχετίστηκαν ισχυρά με τις διατροφικές διαταραχές (Aparicio-Martinez και συν., 2019). Τόσο ο Δείκτης Μάζας Σώματος (ΔΜΣ) όσο και η συχνότητα κοινοποίησης των αυτό-πορτρέτων στο Instagram προέβλεψε μέρος της διακύμανσης για τη δυσαρέσκεια με το σώμα και για την τάση προς αδυνάτισμα (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019).

Η πιο συχνή χρήση του Facebook έχει συσχετισθεί με υψηλότερα επίπεδα διατροφικών διαταραχών σε μια διατομεακή έρευνα (Mabe, Forney & Keel, 2014). Η χρήση του Facebook συσχετίστηκε επίσης με τη διατήρηση των ανησυχιών για το βάρος και το σχήμα του σώματος και του καταστασιακού άγχους (μόνιμου) συγκριτικά με μία άλλη εναλλακτική διαδικτυακή δραστηριότητα (Mabe, Forney & Keel, 2014). Η χρήση του μπορεί να συμβάλλει στην διαταραγμένη διατροφή με τη διατήρηση του ρίσκου για διατροφική παθολογία (Mabe, Forney & Keel, 2014). Επομένως, το Facebook μπορεί να γίνει στόχος για προγράμματα παρέμβασης και πρόληψης (Mabe, Forney & Keel, 2014).

Η νευρική ορθορεξία ορίζεται ως η ανθυγιεινή εμμονή για την πρόσληψη υγιεινής τροφής (Turner & Lefevre, 2017). Η πιο συχνή χρήση του Instagram συσχετίστηκε με μεγαλύτερη τάση προς τη νευρική ορθορεξία, με κανένα άλλο μέσο ενημέρωσης να έχει αυτήν την επίδραση (Turner & Lefevre, 2017). Το Twitter έδειξε μικρή θετική συσχέτιση με τα συμπτώματα ορθορεξίας (Turner & Lefevre, 2017). Ο δείκτης μάζας σώματος και η ηλικία δεν είχαν καμία σχέση με τη νευρική ορθορεξία

(Turner & Lefevre, 2017). Τα αποτελέσματα αυτά τονίζουν τις επιπτώσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην ψυχολογική ευημερία, την επίδραση που μπορεί να έχουν οι διασημότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε εκατοντάδες χιλιάδες ανθρώπους και μπορεί να έχουν κλινικές εφαρμογές σχετικά με την ανάπτυξη διατροφικών διαταραχών και την αποκατάσταση (Turner & Lefevre, 2017).

Η φύση του Instagram που εστιάζει στην εικόνα καθιστά το Instagram ιδανικό για κοινή χρήση εικόνων φαγητού (Turner & Lefevre, 2017). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν και ενθαρρύνουν την επιλεκτική έκθεση, καθώς οι χρήστες επιλέγουν ποιους λογαριασμούς επιθυμούν να ακολουθήσουν, και έτσι είναι τότε συνεχώς εκτεθειμένοι στον τύπο περιεχομένου που παράγουν αυτοί οι λογαριασμοί (Turner & Lefevre, 2017). Αυτή η περιορισμένη έκθεση με τη σειρά της μπορεί να οδηγήσει σε χρήστες στο να πιστεύουν ότι μια συμπεριφορά είναι πιο διαδεδομένη ή φυσιολογική από ό, τι είναι στην πραγματικότητα και μπορεί να οδηγήσει σε εκλαμβανόμενες κοινωνικές πιέσεις για συμμόρφωση με τέτοιες συμπεριφορές (Turner & Lefevre, 2017). Επιπλέον, οι προβληματικές συμπεριφορές μπορούν να ενισχύονται συνεχώς μέσω της έκθεσης σε εικόνες και προσωπικές αλληλεπιδράσεις στην πλατφόρμα (Turner & Lefevre, 2017). Επίσης, υπάρχει πιθανότητα επικράτησης πρακτικής βασισμένης στην υπεροχή με την οποία οι χρήστες με μεγάλο αριθμό ακολούθων μπορεί να γίνουν αντιληπτοί ως η αυθεντία, επιτρέποντας στις «διασημότητες» της υγιεινής διατροφής να επηρεάζουν μεγάλο αριθμό ατόμων δίνοντας στους ακολούθους τους μια σταθερή και επιμελημένη παροχή εικόνων που απεικονίζει μια συγκεκριμένη διατροφή ή συμπεριφορά (Turner & Lefevre, 2017).

Γυναίκες που πήγαιναν στο πανεπιστήμιο, ανέφεραν έντονη χρήση του Facebook –η συναισθηματική σύνδεση ενός ατόμου και η ενσωμάτωση της ιστοσελίδας στην καθημερινή του ζωή– το οποίο φαίνεται να συσχετίστηκε με αυξημένες διαδικτυακές συγκρίσεις εξωτερικής εμφάνισης, που με τη σειρά τους συσχετίστηκαν με μεγαλύτερες διατροφικές διαταραχές (Walker και συν., 2015). Επειδή το Facebook παρουσιάζει νέες ευκαιρίες για επανεξέταση την εμφάνιση του ίδιου και των άλλων, ο χρόνος που ξοδεύεται εκεί μπορεί να ενθαρρύνει τις διαδικτυακές συγκρίσεις εμφάνισης μεταξύ φίλων και συνομηλίκων (Walker και συν., 2015). Από την άλλη, οι γυναίκες 18 έως 23 ετών που ανέφεραν μεγαλύτερη επένδυση στο Facebook είχαν σημαντικά μικρότερη πιθανότητα εμφάνισης διατροφικών διαταραχών χωρίς την ύπαρξη σύγκρισης της εξωτερικής εμφάνισης (Walker και συν., 2015).

Ίσως όταν το Facebook δεν χρησιμοποιείται ως εργαλείο μέτρησης και σύγκρισης εξωτερικά του εαυτού με τους φίλους και τους συνομηλίκους, η μεγαλύτερη επένδυση στο Facebook θα μπορούσε να οδηγήσει σε μεγαλύτερη κοινωνική και συναισθηματική υποστήριξη και με τη σειρά του, λιγότερη μοναξιά (Walker και συν., 2015). Επομένως, οι πιο ισχυροί συναισθηματικοί δεσμοί με τους φίλους και την οικογένεια θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε λιγότερο διαταραγμένη διατροφική συμπεριφορά (Walker και συν., 2015).

Γενικότερα, η χρήση του διαδικτύου συνδέθηκε με μειώσεις στο βάρος, ενασχόληση με το σχήμα του σώματος και την τάση για άσκηση στις γυναίκες (Mabe, Forney & Keel, 2014). Οι γυναίκες με υψηλότερα επίπεδα διατροφικής παθολογίας δεν ανέφεραν μόνο περισσότερο χρόνο στο Facebook αλλά επίσης και ενασχόληση με συμπεριφορές σχετιζόμενες με την εμφάνιση, όπως η σύγκριση της εμφάνισής τους με

τις εικόνες φίλων και η αφαίρεση ετικέτας από φωτογραφίες τους, ίσως για να αφαιρέσουν τις μη ελκυστικές φωτογραφίες και να ελαχιστοποιήσουν τις πιθανότητες να γίνουν στόχοι καθοδικών κοινωνικών συγκρίσεων (Mabe, Forney & Keel, 2014). Εκείνοι που έδιναν μεγαλύτερη αξία στις απαντήσεις που εκμαιεύονταν από το περιεχόμενο του Facebook ανέφεραν και μεγαλύτερη διατροφική παθολογία (Mabe, Forney & Keel, 2014).

Η μελέτη των Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne και Wade (2019) δείχνει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιδιαίτερα πλατφόρμες με έντονη επικέντρωση στην ανάρτηση και την προβολή εικόνων, σχετίζεται με την αύξηση με γνωστικές λειτουργίες και συμπεριφορές σχετικά με διατροφικές διαταραχές σε νέους εφήβους. Οι έφηβες με λογαριασμούς στο Snapchat και στο Tumblr και οι έφηβοι με λογαριασμούς στο Snapchat, το Facebook και το Instagram ήταν αρκετά πιο πιθανό να έχουν διαταραγμένες διατροφικές συμπεριφορές και να υπερεκτιμούν το σχήμα και το βάρος τους (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019). Όσο περισσότερο χρόνο ξόδευαν οι έφηβες στο Instagram και στο Snapchat συσχετίστηκε σημαντικά με υψηλότερες βαθμολογίες στη κλίμακα EDE-Q (Eating Disorder Examination Questionnaire) και με διαταραγμένες διατροφικές συμπεριφορές (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019). Ένα ξεκάθαρο μοτίβο συσχέτισης βρέθηκε μεταξύ της χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των γνωστικών λειτουργιών και συμπεριφορών της διαταραγμένης διατροφής που επιβεβαιώνει ότι αυτές οι σχέσεις συμβαίνουν σε νεότερη ηλικία από αυτές που έχουν ερευνηθεί (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019).

Όσον αφορά τις συμπεριφορές διαταραγμένης διατροφής, τα κορίτσια με Snapchat είχαν σημαντικά υψηλότερη πιθανότητα από τα κορίτσια χωρίς Snapchat στο

να τρώνε λίγο φαγητό, να παραλείπουν τα γεύματα, να ακολουθούν ένα αυστηρό διατροφικό πλάνο, να ασκούνται αυστηρά (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019). Τα κορίτσια με λογαριασμούς στο Instagram είχαν σημαντικά αυξημένα επίπεδα αυστηρής άσκησης και παράλειψης γευμάτων (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019). Η χρήση του Facebook συσχετίστηκε επίσης με αυστηρή άσκηση και παράλειψη γεύματος (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019). Η χρήση του Tumblr ήταν ο μόνος λογαριασμός μέσω κοινωνικής δικτύωσης για κορίτσια και αγόρια που συσχετίστηκε με τη λαιμαργία, ενώ για τα κορίτσια συσχετίστηκε επίσης με την υψηλότερη πιθανότητα κλινικών επιπέδων υπερβολικής αξιολόγησης με την παρουσία μιας διατροφικά διαταραγμένης συμπεριφοράς (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019).

Για τα αγόρια, η παράλειψη γεύματος συσχετίστηκε με τα τέσσερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram, Snapchat, Tumblr) ενώ η πρόσληψη λίγου φαγητού συσχετίστηκε επίσης με τη χρήση του Tumblr (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019). Επιπλέον, τα αγόρια που δημοσιεύουν φωτογραφίες στο Instagram από τους εαυτούς τους ή τους συνομηλικούς τους ήταν ο μόνος προγνωστικός παράγοντας ανηρτημένης εικόνας που σχετίζεται με διατροφικές διαταραχές (Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2019).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ ΚΑΙ ΑΛΛΑΓΗ

Οι DeHart, Stell και Grant (2020) στην έρευνά τους για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τη μάστιγα της εικονικής ιδιωτικότητας συμπέραναν ότι οι συμμετέχοντες χρειάζονταν περισσότερη εκπαίδευση σχετικά με τις απειλές του εικονικού περιεχομένου και πώς οι διαρροές της ιδιωτικότητας μπορούν να οδηγήσουν σε σωματικό, νοητικό και συναισθηματικό κίνδυνο.

Ομοίως, τα ευρήματα της έρευνας των Lee, Lee, Choi, Kim και Han (2014) υπογραμμίζουν τη σημασία της εκπαίδευσης των νέων ανθρώπων για το πώς να αξιολογούν κριτικά τα μηνύματα και τις εικόνες σχετικά με το σώμα για να τους ενθαρρύνουν να αναπτύξουν μια υγιή εικόνα του σώματος. Χωρίς μια υγιή εικόνα σώματος, δεν θα είναι σε θέση να ζήσουν μια ευτυχισμένη ζωή, ανεξάρτητα από το πολιτιστικό τους υπόβαθρο (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014).

Προγράμματα παρέμβασης που στοχεύουν στην όξυνση της ενσυνειδητότητας είναι πιθανό να επαυξήσουν την αυτοεκτίμηση και να μειώσουν το κοινωνικό άγχος και, κατ' επέκταση, την παθολογική χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης από κινητά (Araolaza, Hartmann, D'Souza & Gilsanz, 2019). Η εκπαίδευση πάνω στην ενσυνειδητότητα, βελτιώνοντας την αυτοεκτίμηση, μπορεί να ανατρέψει τα αρνητικά σχήματα του εαυτού που προκαλούν και διατηρούν το κοινωνικό άγχος και παθολογικές συμπεριφορές που δημιουργούνται από αυτό (Araolaza, Hartmann, D'Souza & Gilsanz, 2019). Όταν οι άνθρωποι έχουν μεγαλύτερη αυτοεκτίμηση, δείχνουν επίσης περισσότερη αυτοπεποίθηση στις διαπροσωπικές κοινωνικές τους σχέσεις,

βιώνοντας λιγότερο κοινωνικό άγχος και δεν βασίζονται τόσο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για κοινωνικές αλληλεπιδράσεις (Araolaza, Hartmann, D'Souza & Gilsanz, 2019).

Η γονεϊκή επιρροή ήταν ένας σημαντικός παράγοντας που επηρέασε τον βαθμό χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις έφηβες (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Ο πιο συνήθης λόγος για τη μη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης ήταν ο γονεϊκός περιορισμός, αν και η λειτουργία των γονέων ως υποδείγματα ήταν επίσης ισχυρή (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Για παράδειγμα, μια συμμετέχουσα δήλωσε ότι δεν ενδιαφερόταν για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή οι γονείς της δεν τα χρησιμοποιούσαν οι ίδιοι (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Πολλές συμμετέχουσες εξέφρασαν δυσαρέσκεια με τους περιορισμούς που θέτουν οι γονείς τους ή τους τρόπους παρακολούθησης που χρησιμοποιούν οι γονείς (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Ωστόσο, αυτές οι γονεϊκές στρατηγικές ήταν γενικά αποτελεσματικές στην μετρίαση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του δείγματος (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Το σχολικό περιβάλλον ήταν σημαντικό στη διαμόρφωση του παρατηρούμενου γραμματισμού με τα μέσα ενημέρωσης και της αυτοπεποίθησης (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Πολλές έφηβες σημείωσαν ότι έμαθαν για την τεχνητή φύση των εικόνων των μέσων ενημέρωσης και των πιθανών βλαβερών επιπτώσεών τους μέσα από το σχολικό περιβάλλον (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Πράγματι, τα κορίτσια περιέγραψαν την επικοινωνία μηνυμάτων από το σχολείο σχετικά με την αυτο-αποδοχή, την αποδοχή των διαφορών, την κατανόηση και την αναγνώριση της αξίας της διαφορετικότητας, τον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης και την

αυτοπεποίθηση (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Επομένως, το σχολείο βοήθησε στο να εξοπλίσει τις έφηβες με προστατευτικές στρατηγικές φιλτραρίσματος και προώθησε μια ευρύτερη ιδέα της ομορφιάς (Tylka & Wood-Barcalow, 2015). Τα κορίτσια της παραπάνω έρευνας αντιλήφθηκαν ότι το σχολικό περιβάλλον τους ήταν μοναδικό (φοιτούσαν σε ιδιωτικό σχολείο θηλέων). Στην πραγματικότητα, μερικά εξέφρασαν την πεποίθηση ότι άλλα σχολεία, όπως τα ενιαία δημόσια σχολεία, προβάλλουν αντίθετα μηνύματα (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Επίσης, οι έφηβες δε δίστασαν να εκφράσουν την κριτική τους για τους συνομηλίκους που προβαίνουν στον αρνητικό σχολιασμό για την εμφάνιση κάποιου σε άλλους, το οποίο θεώρησαν ως λεπτές συγκεκαλυμμένες προσπάθειες επιδίωξης επιβεβαίωσης (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Η κουλτούρα του σχολείου συνέβαλε στη μετρίαση των επιπτώσεων των κοινωνικών συγκρίσεων και την ενθάρρυνση της ικανοποίησης με την εμφάνιση (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Τα κορίτσια της έρευνας των Burnette, Kwitowski και Mazzeo (2017) μίλησαν ανοιχτά για τα ειδικά προγράμματα που προσφέρει το σχολείο, όπως μια λέσχη με στόχο την αποδοχή των διαφορών και μια λέσχη για την εικόνα του σώματος. Μίλησαν, επίσης για την υποστηρικτική κουλτούρα του σχολείου, εμφανής στις στάσεις και στα μηνύματα που προώθησαν οι εκπαιδευτικοί και οι διαχειριστές του. Επιπρόσθετα, οι γονείς σε αυτό το σχολείο συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό, όπως αποδεικνύεται από τις πρακτικές στις οποίες προβαίνουν οι γονείς για την παρακολούθηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης των κοριτσιών. Έτσι, το συγκεκριμένο σχολείο φαίνεται να παίρνει μια οικολογική προσέγγιση για την πρόληψη της δυσαρέσκειας με το σώμα και τα διατροφικά προβλήματα (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Δηλαδή, η πρόληψη γίνεται

καλύτερα όταν οι εκπαιδευτικοί είναι καταρτισμένοι, οι σχολικές πολιτικές και το σχολικό περιβάλλον τροποποιούνται και οι γονείς εμπλέκονται (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Συνολικά, τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης επισημαίνουν ότι η εκπαίδευση των νεαρών κοριτσιών σχετικά με τις συνέπειες των συγκρίσεων της εμφάνισης, καθώς και τον εξοπλισμό τους με εργαλεία για να αναδιαμορφώσουν τέτοιες συγκρίσεις (όπως για παράδειγμα, τις στρατηγικές για προστατευτικό φιλτράρισμα και μια ευρύτερη αντίληψη της ομορφιάς (Tylka & Wood-Barcalow, 2015), θα μπορούσαν να είναι σημαντικοί στόχοι για την παρέμβαση (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Τα υψηλά επίπεδα και του γραμματισμού για τα μέσα ενημέρωσης και της ευαισθητοποίησης για τους πιθανούς κινδύνους της επένδυσης στα κοινωνικο-πολιτιστικά πρότυπα λειτούργησαν ως ρυθμιστές και μείωσαν τη συχνότητα και τα αποτελέσματα της πραγματοποίησης συγκρίσεων εμφάνισης στις έφηβες (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Είναι επίσης πιθανό ότι στην παραπάνω έρευνα, η κοινωνική αποδοχή να οδήγησε σε λογοκριμένες απαντήσεις. Επιπρόσθετα, λόγω του ότι το προηγούμενο δείγμα ήταν καταρτισμένο για τη βλάβη που προκαλούν τέτοιες εικόνες, μπορεί να ήταν απρόθυμο να παραδεχτεί ότι επηρεάστηκε. Ωστόσο, εκείνες που εκτέθηκαν σε ελκυστικές εικόνες προφίλ εκδήλωσαν φτωχότερη εικόνα του σώματος από εκείνες που εκτέθηκαν σε λιγότερο ελκυστικές φωτογραφίες (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Άτομα που ασχολούνται με το προστατευτικό φιλτράρισμα θεωρούνται γενικά «εγγράμματοι» στα μέσα ενημέρωσης και αισθάνονται ενθαρρυμένοι να διαμορφώσουν τη δικιά τους εικόνα σώματος (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Επιπλέον, η αποδοχή διαφορών και η εκτίμηση της ποικιλομορφίας του μεγέθους του σώματος είναι χαρακτηριστικά της σχετικής θετικής εικόνας του σώματος του ευρύ εννοιολογικού ορισμού της ομορφιάς (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που τα καθιστούν ένα ξεχωριστό εργαλείο για τα άτομα που εμπλέκονται σε διαδικτυακό εκφοβισμό (Gonzales, 2014). Εκφοβισμός στον κυβερνοχώρο σύμφωνα με τον Hardcastle (2011), όπως αναφέρεται στην Gonzales (2014) «είναι μια μορφή παρενόχλησης που συμβαίνει μέσω του διαδικτύου και μπορεί να περιλαμβάνει κακόβουλες δημοσιεύσεις σε διαδικτυακούς χώρους συζητήσεων (φόρουμ), υβριστικά σχόλια, δημοσίευση πλαστών προφίλ σε ιστότοπους και κακόβουλα ή αγενή μηνύματα». Με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ο εκφοβισμός που προϋπήρχε επαυξάνεται και όλα τα πρότυπα ομορφιάς που προβάλλονται στις πλατφόρμες, διαμορφώνουν αντιλήψεις και ιδανικά, λανθασμένα τις περισσότερες φορές. Ο συνδυασμός της εύκολης προσβασιμότητας και της ανωνυμίας που παρέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και των προτύπων που προβάλλουν, οδήγησαν στην άνευ προηγουμένου υβριστική και εκφοβιστική συμπεριφορά κάποιων χρηστών εις βάρος των συνανθρώπων τους.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έδωσαν βήμα στον διαδικτυακό εκφοβισμό (Gonzales, 2014). Ως εργαλείο αρχικά σχεδιασμένο για επικοινωνιακούς σκοπούς, έχει χρησιμοποιηθεί καταχρηστικά από άτομα που έχουν σκοπό να ισχυροποιήσουν τους εαυτούς τους προκαλώντας βλάβη ή ζημιά σε άλλους ανθρώπους (Gonzales, 2014). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενημερώνονται σε πραγματικό χρόνο, έχουν ευρεία διάδοση πληροφοριών, αποτελούν σημείο αναφοράς για τα άτομα, αγκαλιάζουν την

ανωνυμία, διαθέτουν αμεσότητα, έχουν τη δυνατότητα να προσεγγίσει ένα ευρύ κοινό, είναι φθηνά, έχουν ισχυρή δυναμική, μπορούν να κάνουν μια πληροφορία για να γίνει δημοφιλής (viral), είναι ανοιχτά στους χρήστες άλλων κοινωνικών δικτύων να ανταποκρίνονται ή να παρέχουν ανατροφοδότηση, μπορούν να ενισχύσουν και να δημιουργήσουν υποστήριξη από άλλους, μπορούν να διαβεβαιώσουν τους εκφοβιστές του κυβερνοχώρου για τον αντίκτυπο των δράσεών τους και επιτρέπει σε όλους να πάρουν μέρος (Gonzales, 2014).

Υπάρχουν όμως τρόποι για την αποτροπή αυτής της αρνητικής πτυχής των ΜΚΔ μέσω της ορθής παρέμβασης από γονείς, σχολείο και κράτος. Για να αποτραπεί η όποια κακοποίηση που προέρχεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα πρέπει οι χρήστες κατά τη δημιουργία ενός λογαριασμού στα μέσα να έχουν πλήρη γνώση για τα υπέρ και τα κατά που επιφέρει η χρήση αυτή, τα χαρακτηριστικά τους, τον σκοπό, τις δυνατότητες και τις πιθανές επιδράσεις (Gonzales, 2014). Η εξάπλωση των εκστρατειών γραμματισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι επίσης ένας τρόπος αντιμετώπισης του ζητήματος (Gonzales, 2014). Ο εκφοβισμός στον κυβερνοχώρο συμβαίνει λόγω έλλειψης γνώσεων (Gonzales, 2014). Εάν οι χρήστες των μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πλήρη κατανόηση των μέσα αυτών, οι κακές και καταστροφικές συνέπειες του διαδικτυακού εκφοβισμού μπορεί να αποφευχθούν (Gonzales, 2014). Η κατανόηση της ασφάλειας στον κυβερνοχώρο πρέπει επίσης να είναι στόχος όλων των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Gonzales, 2014). Με εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες, οι χρήστες πρέπει να μάθουν πώς να προστατεύουν τις προσωπικές πληροφορίες που ανεβάζουν στους λογαριασμούς τους στα μέσα αυτά (Gonzales, 2014). Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά τους από τους διαδικτυακούς εκφοβιστές (Gonzales, 2014). Επίσης, η αναφορά

υπόθεσης εκφοβισμού στις αρχές πρέπει να είναι γίνεται ειδικά εάν οι πράξεις αποτελούν απειλή για το ζωή και ελευθερία του θύματος (Gonzales, 2014). Τέλος, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι όλο το μίσος και η σκληρή κριτική απέναντι σε άλλους προέρχεται από ψυχολογικά προβλήματα του κάθε ανθρώπου και δημιουργεί αντίστοιχα στα θύματα. Οπότε η ψυχολογική υποστήριξη και βοήθεια για όλους τους ανθρώπους είναι απαραίτητη.

Οι γονείς θα πρέπει να ανησυχούν και να γνωρίζουν το δραστηριότητες στο διαδίκτυο των παιδιών τους λαμβάνοντας υπόψη ότι οι περισσότεροι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο στο σπίτι τις περισσότερες φορές (Gonzales, 2014). Η γονική εποπτεία πρέπει να εφαρμοστεί στην πράξη για να είμαστε σίγουροι ότι το διαδίκτυο δεν χρησιμοποιείται με λάθος τρόπο όπως είναι ο εκφοβισμός στον κυβερνοχώρο (Gonzales, 2014). Επιπρόσθετα, το σχολείο θεωρείται ως το δεύτερο σπίτι του για τους μαθητές επομένως για την προστασία των μαθητών από τον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο, τα σχολεία πρέπει να εφαρμόσουν κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη χρήση του ιδιωτικού δικτύου για να διασφαλιστεί ότι οι μαθητές είναι ασφαλείς από εκφοβιστές στον κυβερνοχώρο (Gonzales, 2014). Επιπλέον, οι μαθητές πρέπει να καθοδηγούνται σωστά όταν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο του σχολείου για να εγγυηθεί ότι είναι χρησιμοποιείται αμιγώς για ακαδημαϊκούς σκοπούς (Gonzales, 2014).

Η προσβασιμότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η διαδεδομένη χρήση του οδήγησε σε νέες ευκαιρίες για διαδικτυακή επιθετικότητα (Craig και συν., 2020). Ο χρόνος που αφιερώνουν οι έφηβοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εμπλέκονται σε προβληματική χρήση και μιλούν σε ξένους, το καθένα σχετίζεται με τον εκφοβισμό στον

κυβερνοχώρο και αξίζει παρέμβαση για τη δημόσια υγεία (Craig και συν., 2020). Η προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί τον ισχυρότερο και πιο σταθερό κίνδυνο (Craig και συν., 2020). Τα ευρήματα της έρευνας των Craig και συνεργατών (2020) προτείνουν ότι η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης εκθέτει τους νέους σε κινδύνους για συμμετοχή στον διαδικτυακό εκφοβισμό και σε πιο επιθετικές διαδικτυακές συμπεριφορές, ιδίως τα αγόρια (Craig και συν., 2020). Η έντονη και προβληματική χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να εκθέσει τους εφήβους σε συνομηλίκους και κοινωνικούς κανόνες που επικυρώνουν και ενισχύουν διαφορετικές μορφές επιθετικότητας, συμπεριλαμβανομένου του εκφοβισμού στον κυβερνοχώρο (Craig και συν., 2020). Επειδή τα κορίτσια περνούν περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο και σε αυτά εντοπίζεται πιο προβληματική χρήση, έχουν μεγαλύτερη έκθεση σε επιθετικά πρότυπα, ενισχύοντας ενδεχομένως την ευκαιρία για συμμετοχή στον διαδικτυακό εκφοβισμό (Craig και συν., 2020). Επίσης, για τα κορίτσια, η έντονη και προβληματική χρήση σχετίζεται και με την διαδικτυακή θυματοποίηση στις περισσότερες χώρες, αλλά όχι για τα αγόρια (Craig και συν., 2020).

Ο μηρυκασμός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης λειτούργησε διαμεσολαβητικά στη σχέση μεταξύ των αντιλήψεων του εκφοβισμού στο σχολείο και στα συναισθήματα δυσφορίας, αλλά η διαμεσολάβηση δεν υποστηρίχθηκε όταν εξετάστηκαν οι αντιλήψεις των μαθητών για τη συχνότητα του εκφοβισμού στον κυβερνοχώρο και τη νεανική δυσφορία (Parris, Lannin, Hynes & Yazedjian, 2020). Στην περίπτωση του εκφοβισμού, ο μηρυκασμός μπορεί να διαταράξει άλλους μηχανισμούς αντιμετώπισης προβλημάτων - όπως θετικούς γνωστικούς αντιπερισπασμούς - που θα αμβλύνουν τα συμπτώματα της δυσφορίας (Parris, Lannin, Hynes & Yazedjian, 2020).

Μία ακόμη ανάγκη για αλλαγή και παρέμβαση είναι η αντικειμενοποίηση του σώματος των γυναικών. Οι γυναίκες δεν βιώνουν και δεν ανταποκρίνονται στη σεξουαλική αντικειμενοποίηση με τον ίδιο τρόπο (Fredrickson & Roberts, 1997). Μοναδικοί συνδυασμοί εθνικότητας, κοινωνικής τάξης, σεξουαλικότητας, ηλικίας και άλλων φυσικών και προσωπικών χαρακτηριστικών αναμφίβολα δημιουργούν μοναδικά σύνολα εμπειριών στις γυναίκες, καθώς και εμπειρίες που μοιράζονται συγκεκριμένες υποομάδες (Fredrickson & Roberts, 1997). Η αντικειμενοποίηση αυτή λοιπόν, «διαδίδεται» εύκολα και ταχύτατα και επαυξάνεται μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του πιο εξέχοντος χαρακτηριστικού τους, της εύκολης προσβασιμότητάς τους από τον οποιονδήποτε και σε οποιαδήποτε συσκευή. Επομένως, η αντικειμενοποίηση υπήρχε πριν ακόμα την «εφεύρεση» του διαδικτύου και των μέσων ενημέρωσης, αλλά αυτά είναι που την βοήθησαν να εξαπλωθεί και να αγγίξει τον κάθε θεατή-χρήστη.

Η ανάγκη για παρέμβαση, καταστολή και εξάλειψη αυτού του φαινομένου προκύπτει από τις επιβλαβείς συνέπειές του στη ζωή των γυναικών. Αν και η σεξουαλική αντικειμενοποίηση δεν είναι παρά μια μορφή έμφυλης καταπίεσης, είναι αυτή που επηρεάζει -και ίσως επιτρέπει- μια σειρά από άλλες καταπίεσεις που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες, από διακρίσεις στην εργασία και τη σεξουαλική βία στην υποβάθμιση και τον ευτελισμό της εργασίας και των επιτευγμάτων των γυναικών (Fredrickson & Roberts, 1997). Επιπρόσθετα, η συνήθης αντιμετώπιση ως σεξουαλικό αντικείμενο, παραγκωνίζει την ανθρώπινη υπόσταση και την προσωπικότητα του ατόμου, ενώ παράλληλα η σεξουαλικοποίηση της γυναίκας διαιωνίζει και την κουλτούρα του βιασμού, ενοχοποιώντας το θύμα για ό,τι συνέβη (π.χ. ντύσιμο) σε περιπτώσεις σεξουαλικής παρενόχλησης και κακοποίησης. Η σεξουαλικοποίηση αυτή

που αρχικά θα θεωρηθεί ότι γίνεται κατά βάση από άνδρες, πλέον υφίσταται ανάμεσα σε κορίτσια και γυναίκες και έχει επηρεάσει και τις σχέσεις μεταξύ τους. Αντιμετωπίζοντας οι γύρω την ίδια ως σεξουαλικό αντικείμενο και κατόπιν η ίδια τον εαυτό της, εισέρχεται σε έναν αέναο κύκλο αντικειμενοποίησης με επιπτώσεις στην ψυχοσύνθεση και την ζωή της.

Συμπερασματικά, η ανάγκη διαπαιδαγώγησης και των δύο φύλων απέναντι σε θέματα συμπεριφοράς, αντικειμενοποίησης, χρήσης του διαδικτύου και σεβασμού κατά κύριο λόγο είναι επιτακτική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

7.1. ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Η συγκεκριμένη έρευνα έχει στόχο να διερευνήσει τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε γυναίκες ηλικίας 18 ετών και άνω και την πιθανή σύνδεσή της με ψυχολογικούς τομείς που αφορούν ανησυχίες και δυσαρέσκεια με την εμφάνιση και το σώμα τους. Με τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν θα διερευνηθούν διαφορετικές πτυχές της ψυχοσύνθεσης των γυναικών που αφορούν το σώμα τους και την εμφάνισή τους, όπως αυτές αντανακλώνται υπό το πρίσμα της έκθεσης και της χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Το συγκεκριμένο θέμα επιλέχθηκε καθώς δεν υπάρχουν αντίστοιχες έρευνες και μελέτες για τον ελληνικό πληθυσμό. Δεδομένης της ολοένα και αυξανόμενης εξάπλωσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του εθισμού, ειδικότερα της νεολαίας στη χρήση τους, η διερεύνηση του θέματος αυτού κρίνεται απαραίτητη. Τα αποτελέσματα της διεθνούς βιβλιογραφίας δείχνουν ότι η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει σοβαρές επιπτώσεις στις ανησυχίες των γυναικών με την εμφάνισή τους, οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε διαταραγμένες συναισθηματικές και διατροφικές συμπεριφορές. Προγράμματα παρέμβασης με στόχο την ενίσχυση της κριτικής σκέψης και του γραμματισμού των γυναικών στα μέσα αυτά, μπορούν να βοηθήσουν στην αποφυγή τέτοιων συμπεριφορών, καθώς επίσης και στη συγκρότηση μιας ισχυρής ατομικής ταυτότητας.

Οι ερευνητικοί στόχοι της παρούσας έρευνας είναι:

- ✚ Η συσχέτιση του ΔΜΣ των γυναικών με την ηλικία, τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την επίγνωση του αντικειμενοποιημένου σώματος.
- ✚ Η συσχέτιση της ηλικίας με τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την επίγνωση του αντικειμενοποιημένου σώματος.
- ✚ Η μελέτη της χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η συσχέτισή της με τις ανησυχίες των γυναικών για την εμφάνισή τους και τη δυσαρέσκεια με το σώμα τους.

7.2. ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

Στην παρούσα έρευνα συμμετείχαν 375 γυναίκες που κατοικούν στην Ελλάδα και η ηλικία τους κυμάνθηκε από 18 έως 64 ετών (Μ.Ο.=27.11, Τ.Α.=9.128). Στην έρευνα συμμετείχαν και άνδρες αλλά λόγω του μικρού αριθμού δείγματος αποκλείστηκαν καθώς θα συνάγονταν βεβιασμένα και μη γενικευμένα συμπεράσματα. Αξιολογήθηκε επίσης το βάρος τους που κυμαινόταν από 42 έως 145 κιλά (Μ.Ο.=63.54, Τ.Α.=12.159).

Τέλος, υπολογίσθηκε και ο Δείκτης Μάζας Σώματος (ΔΜΣ / BMI), ο οποίος συνδέεται με τη μέτρηση της ανορεξίας και της παχυσαρκίας. Είναι μία αναλογία μεταξύ ύψους και βάρους και συνδέεται με το λίπος στο σώμα (Pietrobelli και συν., 1998) ($\Delta\text{Μ}\Sigma = \text{kg}/\text{m}^2$), αν και δεν είναι τόσο ακριβής και έγκυρος τρόπος μέτρησης της σύνθεσης του λίπους στο σώμα. Ο χαμηλότερος δείκτης ήταν το 15.85 και ο μεγαλύτερος 49.01 (Μ.Ο.=23.34, Τ.Α.=4.12).

7.3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Η έρευνα διεξήχθη ηλεκτρονικά μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας. Η έρευνα είναι ποσοτική με το ίδιο σύνολο ερωτήσεων και με προκαθορισμένη σειρά και έχει ως στόχο τη συλλογή δεδομένων ώστε να οδηγηθούμε στη γενίκευση (στην περιγραφή των μεταβλητών του πληθυσμού και την επεξήγηση των σχέσεων μεταξύ τους) και να εξαχθούν συμπεράσματα. Σκοπός η διερεύνηση των ερευνητικών στόχων που τέθηκαν.

Για τη διεξαγωγή της δειγματοληπτικής έρευνας χρησιμοποιήθηκε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου (διχοτομικές και βαθμονόμησης) και με δείγμα ευκολίας. Οι συμμετέχουσες και οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να συμπληρώσουν τα δημογραφικά τους στοιχεία, το φύλο, την ηλικία, το ύψος και τα κιλά. Τα τρία τελευταία χρησιμοποιήθηκαν για την αξιολόγηση του Δείκτη Μάζας Σώματος (ΔΜΣ/ BMI). Ακολουθούσαν ερωτήσεις που αφορούσαν την κατοχή ή όχι λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα μέσα στα οποία διαθέτουν λογαριασμό, η συχνότητα χρήσης τους και η συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών. Στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκε η εξής κλίμακα με τρεις υποκλίμακες:

✚ Objectified Body Consciousness Scale (McKinley & Hyde, 1996)

- Surveillance Scale
- Body Shame Scale
- Control Scale (appearance control beliefs)

Η OBCS μεταφράστηκε από τα αγγλικά στα ελληνικά και βασίστηκε στη φεμινιστική θεωρία σχετικά με την κοινωνική κατασκευή του γυναικείου σώματος και συσχετίστηκε με την αυτοεκτίμηση (Cary, Maas & Nuttall, 2020· Lowery και συν., 2005·

Moya-Garófano, Megías, Rodríguez-Bailón & Moya, 2017· Noser & Zeigler-Hill, 2014· Sicilia, Alcaraz-Ibáñez, Granero-Gallegos, Lirola & Burgueño, 2019) την εκτίμηση του σώματος (McKinley & Hyde, 1996· McKinley, 1998· McKinley, 2006a· McKinley, 2006b· McKinley & Lyon, 2008) και τις διατροφικές διαταραχές (McKinley & Hyde, 1996).

Περιλαμβάνει 3 κλίμακες, την επιτήρηση του σώματος σαν εξωτερικός παρατηρητής, την ντροπή για το σώμα και τις πεποιθήσεις ελέγχου της εμφάνισης και 24 μεταβλητές που εκφράζονται με προτάσεις όπως «Σπάνια συγκρίνω το πώς φαίνομαι με το πώς φαίνονται οι άλλοι» με επταβάθμια κλίμακα Likert που κυμαίνεται από 1=Διαφωνώ απόλυτα έως 7=Συμφωνώ απόλυτα (McKinley & Hyde, 1996).

Αναφορικά με τις πεποιθήσεις ελέγχου της εμφάνισης, αυτές αναφέρονται σε εξωτερικά εμπόδια ή παράγοντες που δεν μπορεί να ελέγξει το άτομο και παρεμβαίνουν στην επίτευξη των στόχων (Andreoletti, Zebrowitz & Lachman, 2001). Η εξωτερική εμφάνιση συνδέθηκε συχνά με εξωτερικά εμπόδια επίτευξης και όχι προσωπικό έλεγχο (Andreoletti, Zebrowitz & Lachman, 2001).

Η κλίμακα συσχετίστηκε με την αυτό-συμπόνια (Daye, Webb & Jafari, 2014· Wollast και συν., 2020) και την ψυχική υγεία (Wollast και συν., 2020), την κατάθλιψη (Chen & Russo, 2010· Duggan, Heath & Hu, 2015· Fang, Chang & Shu, 2014· Lindberg, Hyde & McKinley, 2006) τις διατροφικές διαταραχές (Basow, Foran & Bookwala, 2007· Dakanalis, Timko, Clerici, Riva & Carrà, 2016· Fitzsimmons-Craft, Bardone-Cone & Kelly, 2011· Greenleaf & McGreer, 2006· Jackson & Chen, 2015· Jackson, Zheng & Chen, 2015· Lindberg, Hyde & McKinley, 2006· McKinley & Hyde, 1996· Moradi & Varnes, 2017), τη διαταραγμένη εικόνα σώματος (Boquiren, Esplen, Wong, Toner & Warner, 2013· Boursier, Gioia & Griffiths, 2020· Fang, Chang & Shu, 2014· Jackson, Zheng & Chen,

2015), την προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Boursier, Gioia & Griffiths, 2020· Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014), το άγχος για την εμφάνιση (Greenleaf & McGreer, 2006), τη δυσαρέσκεια με το σώμα (Knauss, Paxton & Alsaker, 2008), την εφηβεία (Lindberg, Grabe & Hyde, 2007· Lunde & Frisé, 2011) και τον έλεγχο των συναισθημάτων (Duggan, Heath & Hu, 2015).

7.4. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Η έρευνα αυτή διεξήχθη διαδικτυακά και οι συμμετέχοντες και οι συμμετέχουσες έλαβαν μέρος μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Survey Monkey (<https://www.surveymonkey.com/>), όπου δημιουργήθηκε το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε είτε με κοινοποίηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram), στο προσωπικό προφίλ και σε ομάδες, είτε μέσω της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) και μπορούσε να συμμετάσχει ο καθένας χωρίς κριτήρια.

Το πρώτο μέρος της έρευνας ενημέρωνε τους συμμετέχοντες για τη φύση της έρευνας, το πλαίσιο που αυτή διενεργείται, την εχεμύθεια και την ανωνυμία που εγγυάται και τους τρόπους επικοινωνίας με τους υπεύθυνους της έρευνας.

Έπειτα, ακολουθούσαν τα δημογραφικά στοιχεία (φύλο, ηλικία, βάρος, ύψος), ερωτήσεις σχετικά με την κατοχή και τη χρήση λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η κλίμακα Objectified Body Consciousness Scale με τις τρεις υποκλίμακές της, την Body Surveillance, την Body Shame και την Control Scale. Σε κάθε κλίμακα/ερώτηση δίνονταν οδηγίες για τη συμπλήρωση της. Η διάρκεια συμπλήρωσης

του ερωτηματολογίου ανέρχονταν στα 10 λεπτά περίπου. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν την περίοδο Μαρτίου – Μαΐου 2021. Τέλος, να σημειωθεί ότι όλη η διαδικασία έγινε σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας διεξαγωγής έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

8.1. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Στις υποενοότητες που ακολουθούν παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας. Εφαρμόστηκε περιγραφική στατιστική χρησιμοποιώντας το στατιστικό λογισμικό SPSS για την ανάλυση των δεδομένων και αξιολογήθηκαν οι μέσες τιμές, οι τυπικές αποκλίσεις, οι συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών και τα παρατηρηθέντα επίπεδα στατιστικής σημαντικότητας. Για τις συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών και των τριών υποκλιμάκων χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Pearson r . Εξετάστηκε η αξιοπιστία και η εσωτερική συνέπεια των υποκλιμάκων χρησιμοποιώντας το συντελεστή α του Cronbach, ώστε να δούμε κατά πόσο συσχετίζονται μεταξύ τους και μετράνε την ίδια έννοια (για να έχει εσωτερική αξιοπιστία, θα πρέπει ο δείκτης Cronbach alpha να είναι μεγαλύτερος από 0,7). Για να διερευνηθούν διαφορές μεταξύ παραγόντων διεξήχθη παραγοντική ανάλυση με μέσες τιμές (ANOVA), για διερεύνηση των διαφορών ανάμεσα στις υποκλίμακες της OBCS διενεργήθηκαν Bonferroni post hoc tests και για να εξεταστεί πώς επηρεάζει ένας παράγοντας μια ποσοτική μεταβλητή διενεργήθηκε one way ANOVA.

Όσον αφορά την αξιοπιστία των εργαλείων, χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης αξιοπιστίας Cronbach alpha (Πίνακας 1), ο οποίος εκφράζει την εσωτερική συνοχή. Την υψηλότερη αξιοπιστία παρουσιάζει η υποκλίμακα OBCS Body Shame με τιμή $\alpha=0.87$ ($\alpha>0,7$). Η υποκλίμακα OBCS Body Surveillance παρουσιάζει υψηλή εσωτερική συνέπεια

με τιμή $\alpha=0,78$ ($\alpha>0.7$) καθώς επίσης και η υποκλίμακα OBCS Appearance Control Beliefs με τιμή $\alpha=0.71$ ($\alpha>0.7$).

Πίνακας 1.
Δείκτες Cronbach's Alpha υποκλιμάκων OBCS

	Cronbach's Alpha	N μεταβλητών
OBCS Body Surveillance	.782	8
OBCS Body Shame	.866	8
OBCS Appearance Control Beliefs	.710	8

8.2. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

Σύμφωνα με την έρευνα, από τις 375 γυναίκες, το 97% διαθέτουν λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το 90,7% συνδέονται καθημερινά στο λογαριασμό, ενώ το 35,5% και το 32,3% αναρτούν φωτογραφίες μερικές φορές τον μήνα και μερικές φορές τον χρόνο αντίστοιχα (Πίνακας 2). Ο μέσος όρος ηλικίας των γυναικών που είχαν λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι 26.81 (Τ.Α.=8.84).

Πίνακας 2.
Περιγραφική στατιστική ανάλυση παραγόντων

	Minimum	Maximum	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Ηλικία	18	64	27.11	9.128
Βάρος	42	145	63.54	12.159
Ύψος	1.42	1.85	1.6491	.05551
ΔΜΣ	15.85	49.01	23.3400	4.12086
ΜΚΔ Συχνότητα χρήσης	1	6	5.78	.883

ΜΚΔ Συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών	1	6	3.23	1.066
OBCS Body Surveillance	6.00	54.00	33.7573	8.31642
OBCS Body Shame	8.00	53.00	24.9387	9.61110
OBCS Appearance Control Beliefs	15.00	54.00	39.8747	7.00899
OBCS Total	49.00	157.00	98.5707	17.57808

Δεν σημειώθηκαν διαφορές ανάμεσα στις τρεις ομάδες ΔΜΣ (ελλιποβαρείς, φυσιολογικές και υπέρβαρες) όσον αφορά τη συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών. Σύμφωνα με την ανάλυση διασποράς ANOVA, παρατηρήθηκε επίδραση του παράγοντα ΔΜΣ στην ηλικία ($F=12.14 >1$, $p=.000 <0.05$) και στην ντροπή για το σώμα ($F=10.47 >1$, $p=.000 <0.05$), όχι όμως στη συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης ($p\text{-value}=.143 >0.05$) ή τη συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών, στην επιτήρηση του σώματος ($p\text{-value}=.906 >0.05$), την επιτήρηση του σώματος ($p\text{-value}=.986 >0.05$) και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης ($p\text{-value}=.281 >0.05$) (Πίνακας 3).

Πίνακας 3.
Συσχετίσεις Δείκτη Μάζας Σώματος με τις λοιπές μεταβλητές

Μεταβλητές	F-στατιστικό	Significance
Ηλικία * ΔΜΣ	12.143	.000
ΜΚΔ Συχνότητα χρήσης * ΔΜΣ	1.958	.143
ΜΚΔ Συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών * ΔΜΣ	.099	.906
OBCS Body Surveillance * ΔΜΣ	.014	.986
OBCS Body Shame * ΔΜΣ	10.477	.000
OBCS Appearance Control Beliefs * ΔΜΣ	1.273	.281

Σύμφωνα με την ανάλυση διασποράς ANOVA, η ηλικία αποτέλεσε παράγοντα επιρροής για την κατοχή λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ($F=17.9 >1$, $p\text{-value}=.000 <0.05$). Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τη μονο-παραγοντική ανάλυση διασποράς (One-way ANOVA) ανάμεσα στις τρεις υποκλίμακες της Objectified Body Consciousness Scale, η μόνη που αποτελεί ένδειξη επίδρασης είναι η ντροπή για το σώμα (Body Shame) με F στατιστικό 10.477 ($F>1$) και παρατηρηθέν επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $p\text{-value}=.000$ ($p<0.05$).

Ο μέσος όρος του Δείκτη Μάζας Σώματος είναι 23.31 (Τ.Α.=4.13) (υγιές βάρος 20 – 24.9) και αντιστοιχούσε στο 56.8% των γυναικών με μέσο όρο ηλικίας τα 26.6 έτη (Τ.Α.=8.12). Σύμφωνα με το συντελεστή συσχέτισης του Pearson, παρατηρήθηκε μέτρια θετική γραμμική συσχέτιση της ηλικίας με το ΔΜΣ ($r=.313$, $p=.000$), ενώ βρέθηκε αρνητική χαμηλή γραμμική συσχέτιση της ηλικίας με τη συχνότητα χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης ($r=-.248$, $p=.000$) και με τη συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών ($r=-.183$, $p=.000$). Η ηλικία παρουσίασε χαμηλή αρνητική γραμμική συσχέτιση με την επιτήρηση του σώματος ($r=-.166$, $p=.001$), μηδενική αρνητική γραμμική συσχέτιση και στατιστική σημαντικότητα με τη ντροπή για το σώμα ($r=-.088$) και μικρή αρνητική γραμμική συσχέτιση με τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης ($r=-.124$, $p=.016$) (Πίνακας 4).

Σύμφωνα με το συντελεστή συσχέτισης Pearson, ο ΔΜΣ παρουσιάζει μέτρια θετική γραμμική συσχέτιση με την ηλικία ($r=.313$, $p=.000$) αλλά μηδενική γραμμική συσχέτιση και στατιστική σημαντικότητα με τη συχνότητα χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης ($r=.072$) και τη συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών σε αυτά ($r=-.020$). Παρατηρήθηκε μηδενική αρνητική γραμμική συσχέτιση του ΔΜΣ με την επιτήρηση του σώματος ($r=-.050$) και όχι στατιστικά σημαντική. Ο συντελεστής συσχέτισης ανάμεσα

στο ΔΜΣ και τη ντροπή για το σώμα είναι μικρός θετικός ($r=.157$, $p=.002$). Καμία συσχέτιση δεν παρουσιάστηκε ανάμεσα στο ΔΜΣ και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης (Πίνακας 4).

Πίνακας 4
Συσχετίσεις της ηλικίας με τις λοιπές μεταβλητές

		Ηλικία	ΔΜΣ	ΜΚΔ Συχνότητα χρήσης	ΜΚΔ Συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών	OBCS Body Surveillance	OBCS Body Shame	OBCS Appearance Control Beliefs
Ηλικία	Pearson Correlation	1	.313	-.248	-.183	-.166	-.088	-.124
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.001	.088	.016
ΔΜΣ	Pearson Correlation	.313	1	-.072	-.020	-.050	.157	.024
	Sig. (2- tailed)	.000		.168	.695	.335	.002	.642

Η συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τη συχνότητα ανάρτησης στα μέσα αυτά παρουσίασαν μέτρια θετική γραμμική συσχέτιση ($r=.400$, $p=.000$). Η συχνότητα χρήσης των μέσων με την επιτήρηση του σώματος έδειξαν μικρή θετική συσχέτιση ($r=.145$, $p=.005$) αλλά μηδενική συσχέτιση με τη ντροπή για το σώμα και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης. Η συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών δεν παρουσίασε συσχέτιση με κάποια από τις τρεις υποκλίμακες της κλίμακας Objectified Body Consciousness.

Σύμφωνα με τον συντελεστή συσχέτισης Pearson, ανάμεσα στην επιτήρηση του σώματος και την ντροπή για το σώμα παρατηρήθηκε υψηλή θετική γραμμική συσχέτιση ($r=.599^{**}$) και στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0.01. Μηδενική

συσχέτιση και μη στατιστικά σημαντική βρέθηκε ανάμεσα στην επιτήρηση του σώματος και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης και της ντροπής για το σώμα και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης.

Από τις 375 γυναίκες, το 18.4% ήταν ελλιποβαρείς σύμφωνα με τον Δείκτη Μάζας Σώματος, το 56.8% είχαν υγιές βάρος, ενώ το 24.8% ήταν υπέρβαρες. Παρατηρήθηκε αύξηση του βάρους ανάλογα με την ηλικία και συγκεκριμένα, οι ελλιποβαρείς είχαν μέσο όρο ηλικίας 23.96 (Τ.Α.=3.977), οι γυναίκες με υγιές βάρος είχαν μέσο όρο ηλικίας τα 26.6 έτη (Τ.Α.=8.116) και οι υπέρβαρες είχαν μέσο όρο ηλικίας τα 30.65 έτη (Τ.Α.=12.429). Ανάμεσα σε αυτές τις τρεις ομάδες του ΔΜΣ βρέθηκε διαφορά και στη ντροπή για το σώμα, όπου στην αντίστοιχη υποκλίμακα, οι ελλιποβαρείς είχαν μέσο όρο 22.10 (Τ.Α.=8.9), οι φυσιολογικού βάρους 24.29 (Τ.Α.=8.9) και οι υπέρβαρες 28.53 (Τ.Α.=10.60). Στις υπόλοιπες μεταβλητές, δεν παρατηρήθηκε διαφορά (Πίνακας 5).

Πίνακας 5.
Περιγραφική στατιστική ανάλυση των τριών υποομάδων του ΔΜΣ

Δείκτης Σώματος	Μάζας	Ηλικία	ΔΜΣ	ΜΚΔ Συχνότητα χρήσης	ΜΚΔ Συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών	OBCS Surveillance	Body Shame	OBCS Body Appearance Control Beliefs
1.00	M.O.	23.94	18.8575	5.96	3.28	33.7681	22.1014	38.7101
	N	69	69	69	69	69	69	69
	T.A.	3.977	.92259	.205	1.123	7.82557	8.91981	7.06087
2.00	M.O.	26.60	22.4262	5.76	3.22	33.8075	24.2911	40.2582
	N	213	213	212	211	213	213	213
	T.A.	8.116	1.53591	.924	.971	7.45525	8.94004	6.44820
3.00	M.O.	30.65	28.7586	5.68	3.20	33.6344	28.5269	39.8602
	N	93	93	92	93	93	93	93
	T.A.	12.429	4.03548	1.068	1.230	10.38266	10.60721	8.10474

Όπου 1 οι ελλιποβαρείς, 2 οι φυσιολογικού βάρους και 3 οι υπέρβαρες γυναίκες.

Το προαναφερθέν εύρημα εντοπίζεται και στο post-hoc test. Στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο 0.05 βρέθηκε όσον αφορά τη ντροπή για το σώμα ανάμεσα στις υπέρβαρες και τις ελλιποβαρείς (Μ.Δ.=6.42, p-value=.000, Δ.Ε. 95%=2.84-10.00) και ανάμεσα στις υπέρβαρες και τις φυσιολογικού βάρους (Μ.Δ.=4.24, p-value=.001, Δ.Ε. 95%=1.43-7.03) (Πίνακας 6).

Πίνακας 6.

Post-hoc test (Bonferroni) πολλαπλών συγκρίσεων ανάμεσα στις τρεις υποομάδες του ΔΜΣ

Εξαρτημένη Μεταβλητή	(I) ΔΜΣ	(J) ΔΜΣ	Μέση Διαφορά		Sig.	95% Διάστημα εμπιστοσύνης	
			(I-J)	Std. Error		Lower Bound	Upper Bound
OBCS Body Shame	1.00	2.00	-2.18963	1.29882	.278	-5.3131	.9338
		3.00	-6.42543*	1.48981	.000	-10.0082	-2.8427
	2.00	1.00	2.18963	1.29882	.278	-.9338	5.3131
		3.00	-4.23580*	1.16538	.001	-7.0384	-1.4332
	3.00	1.00	6.42543*	1.48981	.000	2.8427	10.0082
		2.00	4.23580*	1.16538	.001	1.4332	7.0384

*Η μέση διαφορά είναι σημαντική σε επίπεδο 0.05.

Όπου 1 οι ελλιποβαρείς, 2 οι φυσιολογικού βάρους και 3 οι υπέρβαρες γυναίκες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση της σχέσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τις ανησυχίες των γυναικών για την εμφάνισή τους και άλλων παραγόντων που δρουν διαμεσολαβητικά σε αυτή τη σχέση όπως είναι η ηλικία και ο Δείκτης Μάζας Σώματος (ΔΜΣ). Από την συγκεκριμένη έρευνα προέκυψαν ενδιαφέροντα και εκμεταλλεύσιμα δεδομένα που ρίχνουν φως και ανοίγουν τον δρόμο για περισσότερες ανάλογες έρευνες στον ελλαδικό χώρο, καθώς δεν υπάρχει αντίστοιχη ελληνική βιβλιογραφία στην παρούσα φάση. Αξιοποιώντας επαγωγικά τα αποτελέσματα της έρευνας, καταλήγουμε στη γενική υπόθεση της επιρροής της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ανησυχίες των γυναικών για την εμφάνιση και τη δυσαρέσκεια με το σώμα τους.

Ακολουθώντας τη δομή των ερευνητικών στόχων, στις παρακάτω ενότητες παρατίθενται και αιτιολογούνται πιθανολογικά τα ευρήματα της έρευνας αλλά και συσχετίζονται με ανάλογα ευρήματα από τη διεθνή βιβλιογραφία. Εν συνεχεία, ακολουθούν τα συμπεράσματα της έρευνας κωδικοποιημένα, οι περιορισμοί της και οι εκπαιδευτικές εφαρμογές και προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

9.1. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΚΤΗ ΜΑΖΑΣ ΣΩΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΙΣ ΛΟΙΠΕΣ

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

Ένας από τους ερευνητικούς στόχους ήταν η συσχέτιση του Δείκτη Μάζας Σώματος με την ηλικία, την επίγνωση του αντικειμενοποιημένου σώματος (δηλαδή την επιτήρηση του σώματος, τη ντροπή για το σώμα και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης), τη συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τη συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στην παρούσα έρευνα ο Δείκτης Μάζας Σώματος των συμμετεχουσών ήταν 23.31 και αντιστοιχεί στο υγιές βάρος, αντιστοιχεί με το 56.8% των γυναικών του δείγματος με μέσο όρο ηλικίας τα 26.6 έτη.

Η στατιστικά σημαντικότερη συσχέτιση που παρατηρήθηκε στην έρευνα είναι μεταξύ του Δείκτη Μάζας Σώματος και της ηλικίας. Βρέθηκε επομένως, ότι ο Δείκτης Μάζας Σώματος παρουσίασε θετική συσχέτιση με την ηλικία, δηλαδή όσο μεγαλύτερες οι γυναίκες αυξανόταν το βάρος τους. Το εν λόγω εύρημα έρχεται σε συμφωνία με το αποτέλεσμα στο οποίο κατέληξαν οι Fardouly, Willburger και Vartanian (2017) και οι Kocig και συν. (2019). Επιπρόσθετα, το συμπέρασμα αυτό είναι σύμφωνο και με παλαιότερες έρευνες, στις οποίες βρέθηκε ότι γυναίκες ηλικίας 50 έως 68 χρόνων βρέθηκαν με μεγαλύτερο ΔΜΣ συγκριτικά με τις ηλικίες 12 έως 20 χρόνων και με μεγαλύτερη δυσαρέσκεια με το σώμα (McKinley, 2006b), αλλά και ότι οι γυναίκες ηλικίας 38 έως 58 είχαν μεγαλύτερο ΔΜΣ από τις γυναίκες ηλικίας 17 έως 22 (McKinley, 1999). Συνεπώς, η ηλικία και ο Δείκτης Μάζας Σώματος είναι θετικά συσχετισμένες.

Σύμφωνα με τους Williams και Wood (2005) εξηγούν ότι το βάρος αυξάνεται με την ηλικία, καθώς οι ενεργειακές δαπάνες μειώνονται και προτείνουν την αύξηση της άσκησης ώστε να αντισταθμιστεί αυτό το χάσμα. Επιπλέον, σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, οι γυναίκες ηλικίας 50 έως 68 χρόνων που είχαν και μεγαλύτερο ΔΜΣ, συγκριτικά με τις ηλικίες 12 έως 20 χρόνων, εμφάνισαν και μεγαλύτερη δυσαρέσκεια με το σώμα (McKinley, 2006b). Σε άλλες έρευνες, η ηλικία και ο ΔΜΣ δεν συσχετίστηκαν με τις διατροφικές συμπεριφορές (Mustaric, Marcinko & Vargek, 2015· Shakya & Christakis, 2017). Τέλος, παρατηρήθηκε ότι όσοι είχαν υψηλότερο ΔΜΣ ήταν λιγότερο πιθανό να αποφασίσουν να βελτιώσουν την εμφάνισή τους σε βάρος της υγείας τους (Lamont, 2019).

Όσον αφορά τον ΔΜΣ και την επιτήρηση του σώματος δεν παρατηρήθηκε κάποια συσχέτιση. Η βιβλιογραφία δείχνει όμως ότι ο ΔΜΣ σχετίζεται σημαντικά με την επιτήρηση του σώματος (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019· Lindberg, Grabe & Hyde, 2007). Ομοίως, η έρευνα των Fitzsimmons-Craft και Bardone-Cone (2012), όπου συνέκριναν Αφροαμερικανές και Καυκάσιες γυναίκες και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο υψηλότερος Δείκτης Μάζας Σώματος συνδέθηκε με μεγαλύτερη επιτήρηση του σώματος και εν συνεχεία με μεγαλύτερη δυσαρέσκεια με το σώμα. Ένας πιθανός λόγος μπορεί να είναι, επειδή οι γυναίκες με υψηλότερο ΔΜΣ έχουν συνήθως πιο αρνητική εικόνα σώματος (Mintem, Gigante & Horta, 2015), επηρεασμένες ενδεχομένως από τα κοινωνικοπολιτισμικά πρότυπα της εποχής.

Αναφορικά με τις συσχετίσεις ανάμεσα στον Δείκτη Μάζας Σώματος και την υποκλίμακα της Objectified Body Consciousness Scale για την ντροπή για το σώμα, βρέθηκε ότι ο ΔΜΣ συσχετίστηκε θετικά με τη ντροπή για το σώμα, καθώς γυναίκες με

υψηλότερο ΔΜΣ αισθάνονταν περισσότερη ντροπή για το σώμα τους. Το αποτέλεσμα αυτό της έρευνας βρίσκεται σε συμφωνία με τη διεθνή βιβλιογραφία (Daye, Webb & Jafari, 2014· Lindberg, Hyde & McKinley, 2006· Lindberg, Grabe & Hyde, 2007· Mustapic, Marcinko & Vargek, 2015· Sinclair & Myers, 2004). Επομένως, συνάγεται ότι γυναίκες με περισσότερα κιλά και με δυσαναλογία κιλών και ύψους, αισθάνονται ντροπή για το σώμα τους.

Εν συνεχεία, ο ΔΜΣ συσχετίσθηκε σημαντικά θετικά με τη ντροπή για το σώμα αρνητικά αλλά έχει συνδεθεί και με την εκτίμηση για το σώμα σε γυναίκες ηλικίας 17-22 και 38-58 (McKinley, 1999). Σε αντίθεση με αυτά τα ευρήματα, στις γυναίκες με χαμηλότερα επίπεδα ΔΜΣ βρέθηκε ότι η ντροπή για το σώμα και η περιορισμένη διατροφή ήταν ισχυρότερη, ενώ η σχέση μεταξύ των συγκρίσεων της εικόνας του σώματος στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης και η περιορισμένη διατροφή ήταν ισχυρότερη στις γυναίκες με υψηλότερα επίπεδα ΔΜΣ (Yao, Niu & Sun, 2020). Ένας πιθανός λόγος μπορεί να είναι, επειδή οι γυναίκες με υψηλότερο ΔΜΣ έχουν συνήθως πιο αρνητική εικόνα σώματος (Mintem, Gigante & Horta, 2015). Είναι σημαντικό να σημειωθεί εδώ ότι ο μέσος ΔΜΣ του δείγματος ήταν εντός του φυσιολογικού εύρους και υποδηλώνει ότι πολλές γυναίκες βιώνουν σωματική ντροπή παρόλο που δεν είναι υπέρβαρες, κάτι στο οποίο κατέληξαν και οι Dalley και οι συν. (2019). Αυτό το εύρημα μπορεί να εξηγηθεί μέσα από το φάσμα της θεωρίας της κανονιστικής δυσαρέσκειας, η οποία υποστηρίζει ότι είναι σύνηθες στις γυναίκες να αισθάνονται δυσαρεστημένες με το βάρος τους ανεξαρτήτως Δείκτη Μάζας Σώματος (Cash & Henry, 1995).

Ακολούθως, βρέθηκε ότι η συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών δεν εξαρτιόταν από τον Δείκτη Μάζας Σώματος

των γυναικών που συμμετείχαν στην έρευνα. Ομοίως, στην έρευνα των Wick και Keel (2020) δεν παρατηρήθηκε καμία σημαντική συσχέτιση μεταξύ του ΔΜΣ και της συχνότητας χρήσης Instagram, της προβληματικής χρήσης του Instagram ή της συχνότητας δημοσίευσης επεξεργασμένων φωτογραφιών. Ωστόσο, έχει παρατηρηθεί ότι η χρήση του Facebook έχει συνδεθεί με υψηλότερο ΔΜΣ (Shakya & Christakis, 2017).

Επιπλέον, καμία συσχέτιση δεν εντοπίστηκε ανάμεσα στο ΔΜΣ και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης, αντιθέτως με την έρευνα της McKinley (1999) που βρέθηκε ότι ο ΔΜΣ σχετίζεται σημαντικά με τις πεποιθήσεις στις μεσήλικες γυναίκες αλλά όχι στις νεαρές γυναίκες.

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, ο Δείκτης Μάζας Σώματος συσχετίστηκε θετικά με δυσαρέσκεια στο σώμα (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019· Ferguson, Muñoz, Garza & Galindo, 2013· Knauss, Paxton & Alsaker, 2008· Mustapic, Marcinko & Vargek, 2015· Seekis, Bradley & Duffy, 2020· Sinclair & Myers, 2004) όπως και με την τάση για αδυνάτισμα (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019· Seekis, Bradley & Duffy, 2020), την τάση για μυϊκή δύναμη (Ryding & Kuss, 2020) και τις βουλιμικές τάσεις (Dalley και συν., 2019). Σε αντίθεση με τα αποτελέσματα αυτά, η έρευνα της McKinley (2006a) παρατήρησε ότι η εκτίμηση του σώματος αυξήθηκε τόσο για τις γυναίκες όσο και άνδρες και παρόλο που ο ΔΜΣ αυξήθηκε με την ηλικία. Ο δείκτης μάζας σώματος είχε μικρή συσχέτιση με την χαμηλή αυτοεκτίμηση και τα υψηλά καταθλιπτικά συμπτώματα, τις συγκρίσεις εμφάνισης, τη δυσαρέσκεια με το σώμα σε έφηβους και έφηβες (Rodgers και συν., 2020).

9.2. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΜΕ ΤΙΣ ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

Ένας ακόμη ερευνητικός στόχος είναι η συσχέτιση της ηλικίας με τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την επίγνωση του αντικειμενοποιημένου σώματος. Στην παρούσα έρευνα βρέθηκε ότι η ηλικία και η συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ήταν αντιστρόφως ανάλογες. Όσο μεγαλύτερες ήταν οι συμμετέχουσες, τόσο λιγότερο συνδέονταν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το ίδιο παρατηρήθηκε και για τη συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών και την ηλικία. Όσο μεγαλύτερες ήταν οι γυναίκες του δείγματος, τόσο λιγότερο αναρτούσαν φωτογραφίες στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης. Ομοίως, οι Chou, Hunt, Beckjord, Moser και Hesse (2009) παρατήρησαν ότι οι νέοι άνθρωποι αποτελούν την κυριότερη ηλικιακή ομάδα που είναι πιο ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπρόσθετα, το εύρημα αυτό της έρευνας επιβεβαιώνεται και από τα στατιστικά της Statista, όπου σε έρευνες του 2021 σε διάφορες χώρες, όπως στην Ινδονησία (Nurhayati-Wolff, 2021), στον Καναδά (Tankovska, 2021d), στη Νότια Αφρική (Tankovska, 2021e), αλλά και στη Φινλανδία (Niinimäki, 2021), η ηλικιακή ομάδα των 25 με 34 χρόνων συγκέντρωσε τη μεγαλύτερη τιμή στα ραβδογράμματα με τις επόμενες τιμές των ηλικιακών ομάδων εύρους 35 έως 65 χρόνων να έχουν καθοδική πορεία. Παρόλα αυτά, στην έρευνα του Modica (2019) παρατηρήθηκε ότι η ηλικία δεν συνδέθηκε με τη γενική χρήση του Facebook.

Όπως αναφέρεται στην διεθνή βιβλιογραφία, μία εξήγηση είναι ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δίνουν προτεραιότητα σε διαφορετικούς τομείς στις κοινωνικές τους σχέσεις σε σύγκριση με τους νεότερους (Kim & Shen, 2020). Αυτό οδηγεί σε διαφορετικά κίνητρα και ενασχόληση με άλλες δραστηριότητες στους ιστότοπους

κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ ηλικιωμένων και νεότερων χρηστών (Kim & Shen, 2020). Επομένως, ενώ οι μεγαλύτεροι συμμετέχουν ενεργά σε επικοινωνιακές δραστηριότητες με συναισθηματικά σημαντικούς κοινωνικά φίλους, μπορεί να προτιμήσουν λιγότερο τις δραστηριότητες μετάδοσης προς ένα μεγάλο ακροατήριο αποτελούμενο από ανθρώπους με αδύναμους δεσμούς με τους ίδιους (Kim & Shen, 2020). Αυτό εξηγεί την ευρεία χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ιδιαίτερα του Instagram από νέους (Rozgonjuk, Sindermann, Elhai & Montag, 2021), την επικέντρωση στην ανάρτηση φωτογραφιών και την διεύρυνση του φάσματος των φίλων – ακολούθων χωρίς απαραίτητα να τους γνωρίζουν.

Ακόμη ένα από τα ευρήματα της έρευνας είναι η χαμηλή αλλά υπάρχουσα αρνητική συσχέτιση της ηλικίας με την επιτήρηση του σώματος, αλλά και τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης. Όσο νεότερες ήταν οι γυναίκες, τόσο περισσότερο ασχολούνταν και επιτηρούσαν το σώμα τους ή πίστευαν ότι εξωτερικοί παράγοντες επηρεάζουν την εμφάνισή τους. Οι περιορισμοί των περισσότερων ερευνών στην διεθνή βιβλιογραφία, αναφέρουν την παράλειψη συνυπολογισμού της ηλικίας και τη συσχέτισή της με την επιτήρηση του σώματος ή τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης, οπότε και δεν υπάρχουν δεδομένα για αυτό τον ερευνητικό εύρημα. Παρόλα αυτά, η αντίληψη των νεότερων γυναικών ότι δεν έχουν τον έλεγχο της εμφάνισής τους, δημιουργεί ενδεχομένως περισσότερη δυσαρέσκεια με το σώμα και αισθήματα απόγνωσης και κατάθλιψης και επισημαίνει την αναγκαιότητα ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των νεαρότερων ηλικιών σχετικά με θέματα υγείας, διατροφής και αυτό-αποδοχής.

Συνοψίζοντας, το 90,7% των συμμετεχουσών χρησιμοποιούν καθημερινά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και έχουν μέσο όρο ηλικίας τα 26.81 έτη. Επομένως, οι νεαρότερες γυναίκες έτειναν να χρησιμοποιούν περισσότερο τα ΜΚΔ. Οι νέες γυναίκες επίσης βρέθηκαν ότι αντιμετώπιζαν έναν εκλαμβανόμενο περιορισμό στον έλεγχο της εμφάνισης. Πίστευαν δηλαδή ότι εξωτερικοί παράγοντες (π.χ. τα γονίδια του ατόμου) και όχι ο προσωπικός έλεγχος τις εμποδίζουν στην επίτευξη των στόχων που σχετίζονται με την εμφάνισή τους. Αυτή η εκλαμβανόμενη αδυναμία στον έλεγχο της εμφάνισης μπορεί να τις οδηγήσει σε δυσαρέσκεια με το σώμα, σε απόγνωση, δυσφορικά και καταθλιπτικά συμπτώματα, καθώς επίσης και διατροφικές διαταραχές. Συμπερασματικά λοιπόν, το γεγονός ότι βρίσκονται στα νεανικά στάδια της ζωής τους, όπου διαμορφώνουν την ταυτότητα και αναπτύσσουν την αυτογνωσία τους, σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα αυτού του περιορισμού στον έλεγχο της εμφάνισης υπερτονίζουν τη σημασία της παρέμβασης στις νέες ηλικίες για μια ψυχοσωματικά υγιή μετέπειτα ζωή.

Επιπρόσθετα με τα ευρήματα αυτά, η διεθνής βιβλιογραφία εντοπίζει συσχετίσεις σε ανάλογα θεωρητικά πλαίσια. Κατ' αρχάς, η ηλικία και η δυσαρέσκεια με το σώμα συσχετίστηκαν αρνητικά (Mustaric, Marcinko & Vargek, 2015). Ομοίως, παρατηρήθηκε ότι το χάσμα στην ικανοποίηση με το σώμα εκτραχύνθηκε μεταξύ των γυναικών μέσης ηλικίας (Stronge και συν., 2015). Επομένως, η ηλικία εμφανίζεται να έχει προστατευτική επίδραση στην ικανοποίηση του σώματος των γυναικών (Stronge και συν., 2015). Οι νεότεροι της ομάδας που έχουν μεγαλώσει με περισσότερη έκθεση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης από τις παλαιότερες γενιές είναι ακολούθως λιγότερο ικανοποιημένοι με το σώμα τους (Stronge και συν., 2015). Παρόλα αυτά, οι γυναίκες αυτής της μέσης ηλικίας μπορεί να είναι ένας ιδιαίτερα ευάλωτος πληθυσμός για τα

νέα μέσα ενημέρωσης, καθώς έχουν «κολλήσει» ανάμεσα στην κοινωνική πίεση και ένα ανέφικτο νεανικό ιδανικό (Stronge και συν., 2015).

9.3. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΓΝΩΣΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΥ

ΣΩΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΙΣ ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

Στην συγκεκριμένη έρευνα, η συχνότητα χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης βρέθηκε ότι σχετίζεται ελάχιστα αλλά θετικά με την επιτήρηση του σώματος. Πιο συγκεκριμένα, δείχνει ότι όσο πιο συχνά χρησιμοποιούσαν οι συμμετέχουσες τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ένιωθαν περισσότερη ανασφάλεια με το σώμα τους. Το ίδιο επιβεβαιώνεται σε μεγαλύτερο βαθμό και από τη διεθνή βιβλιογραφία. Για παράδειγμα, οι δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που συνεπάγονται έκθεση σε εξιδανικευμένες εικόνες ελκυστικών γυναικών (όπως για παράδειγμα διασημοτήτων) ή σε εικόνες σχετικές με γυμναστική (που επικεντρώνονται στο γυμνασμένο σώμα), συσχετίστηκαν με την επιτήρηση του σώματος και με τις ανησυχίες για την εικόνα του σώματος μεταξύ νεαρών γυναικών (Betz, Sabik & Ramsey, 2019).

Αναλύοντας το περισσότερο, παρατηρούμε ότι στην υποκλίμακα αυτήν περιλαμβάνονταν εκτός από σκέψεις για το πώς φαίνονται οι συμμετέχουσες, πρόταση που αφορά την κοινωνική σύγκριση. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει η μεταβλητή «Σπάνια συγκρίνω το πώς φαίνομαι με το πώς φαίνονται οι άλλοι». Συνάγεται λοιπόν, ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της χρήσης ΜΚΔ και των κοινωνικών συγκρίσεων. Αφού οι κοινωνικές συγκρίσεις αποτελούν ένδειξη της δυσαρέσκειας με το σώμα συνεπάγεται και ότι η συχνή χρήση μέσω κοινωνικής δικτύωσης έχει άμεση ή και έμμεση επίδραση στη σχέση αυτή. Τέλος, οι κοινωνικές συγκρίσεις έχουν συσχέτιση θετική και με καταθλιπτικά συμπτώματα (Rodgers και συν., 2020· Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019).

Αυτό μπορεί να εξηγηθεί από τους Baker, Ferszt και Breines (2019), οι οποίοι παρατήρησαν ότι σε μια προσπάθεια να κερδίσουν επιβεβαίωση, οι συμμετέχουσες ασχολήθηκαν με την επιτήρηση της εικόνας τους στο Instagram, έτσι ώστε να κερδίσουν την έγκριση (like) ή σχόλια από άλλους. Επομένως, βρέθηκε ότι οι χρήστες του Instagram είχαν υψηλότερα επίπεδα επιτήρησης του σώματος συγκριτικά με τους μη χρήστες του Instagram (Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Ομοίως, η μεγάλη «επένδυση» στην ανατροφοδότηση των φωτογραφιών στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (όπως για παράδειγμα τα «μου αρέσει» και τα σχόλια) έχει συνδεθεί με την επιτήρηση του σώματος, τη δυσαρέσκεια με το σώμα και την τάση προς αδυνάτισμα (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Συνεπώς, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από νεαρές γυναίκες συνεπάγεται έκθεση σε εξιδανικευμένες εικόνες ελκυστικών γυναικών ή σε εικόνες σχετικές με γυμναστική, η οποία με την σειρά της συσχετίζεται με την επιτήρηση του σώματος (Betz, Sabik & Ramsey, 2019).

Δεδομένου ότι η επιτήρηση του σώματος συσχετίζεται με τη αυτοσυνείδηση του κοινού (δηλαδή, επικέντρωση στο πώς εμφανίζεται κάποιος σε άλλους) (McKinley & Hyde, 1996) καθώς και τη σύγκριση εμφάνισης σε νεαρές ενήλικες γυναίκες (Tylka & Iannantuono, 2016), είναι επίσης πιθανό οι ενήλικες γυναίκες που ασχολούνται με περισσότερη επιτήρηση του σώματος να παρακολουθήσουν φωτογραφίες άλλων και των ίδιων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η συχνότητα χρήσης ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης δεν συνδέθηκε στην παρούσα έρευνα με τη ντροπή για το σώμα ή τις πεποιθήσεις για τον έλεγχο της εμφάνισης. Όσον αφορά της συχνότητα ανάρτησης φωτογραφιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αυτή δεν συνδέθηκε με κάποια από τις τρεις υποκλίμακες της κλίμακας

Objectified Body Consciousness. Αυτό το εύρημα της έρευνας έρχεται σε αντίθεση με τη σύγχρονη διεθνή βιβλιογραφία. Πιο συγκεκριμένα, η ενασχόληση με το Facebook προέβλεψε επίγνωση του αντικειμενοποιημένου σώματος και στα δύο φύλα, η οποία με τη σειρά της προέβλεψε μεγαλύτερη ντροπή για το σώμα (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2014). Επίσης, στην έρευνα των Terán, Yan και Stevens Aubrey (2019) παρατηρήθηκε ότι η διαδικασία της επεξεργασίας μιας φωτογραφίας προσώπου (selfie) προς κοινοποίηση από έφηβες, συσχετίστηκε με την αυτό-αντικειμενοποίηση, η οποία αποτέλεσε ένδειξη για ανησυχίες σχετικά με την εμφάνιση, συμπεριλαμβανομένων του άγχους για την εμφάνιση, της ντροπής για το σώμα και της χαμηλής αξιολόγησης της εμφάνισής τους. Επιπρόσθετα, παρατηρήθηκε σε μαθητές θετική συσχέτιση του εθισμού στο Instagram με τη ντροπή (Ponnusamy, Iranmanesh, Foroughi & Hyun, 2020). Η χρήση του Instagram βρέθηκε επίσης ότι μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τις ανησυχίες και τις πεποιθήσεις των γυναικών σχετικά με την εμφάνιση (Fardouly, Willburger & Vartanian, 2017). Η συζήτηση και τα σχόλια για το σώμα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συσχετίστηκαν θετικά με την επιτήρηση του σώματος και τη ντροπή για το σώμα (Wang, Wang, Yang, Zeng & Lei, 2019).

Ο εκλαμβανόμενος έλεγχος της εμφάνισης κάποιου θεωρείται ότι παίζει καθοριστικό ρόλο στη σύνδεση μεταξύ της επιτήρησης του σώματος και της ντροπής για το σώμα, σύμφωνα με τη θεωρία της αντικειμενοποίησης (McKinley & Hyde, 1996). Στην συγκεκριμένη έρευνα παρατηρήθηκε υψηλή θετική συσχέτιση της επιτήρησης του σώματος με την ντροπή για το σώμα. Στην ουσία, οι γυναίκες με υψηλά επίπεδα επιτήρησης του σώματος εμφάνισαν και υψηλά επίπεδα ντροπής για το σώμα. Όπως τονίζει και η διεθνής βιβλιογραφία, σύμφωνα με τη θεωρία αντικειμενοποίησης, η επιτήρηση του σώματος μπορεί να παράγει αρνητικές συναισθηματικές εμπειρίες

όπως ντροπή του σώματος, το συναίσθημα που εμφανίζεται όταν «οι άνθρωποι αξιολογούν το σώμα τους σε σχέση με κάποιο εσωτερικό ή πολιτιστικό ιδανικό και συμπεραίνουν ότι είναι ανεπαρκείς» (Fredrickson and Roberts, 1997). Ομοίως, η σωματική ντροπή συσχετίστηκε με περισσότερη δυσαρέσκεια με το σώμα σύμφωνα με τη Sun (2018).

Από τις προαναφερθείσες ενότητες και την παρούσα, συμπεραίνεται ότι όσο αυξάνεται η ηλικία αυξάνεται το βάρος και η ντροπή για το σώμα και επίσης, γυναίκες που αισθάνονταν ντροπή για το σώμα ασχολούνται περισσότερο με αυτό (επιτήρηση του σώματος). Αυτό συμβαίνει καθώς αυξάνεται το χάσμα μεταξύ του τρέχοντος και του επιθυμητού βάρους (ή εικόνας σώματος), οπότε παρατηρείται και αύξηση της δυσαρέσκειας με το σώμα (Gardner, Brown & Boice, 2012· Heider, Spruyt & De Houwer, 2018· Xu et al., 2010). Παρόλο που ο μέσος όρος του δείγματος αναφορικά με τον ΔΜΣ ήταν εντός του φυσιολογικού ορίου, οι συμμετέχουσες εμφάνισαν δυσαρέσκεια, ντροπή και επιτήρηση του σώματος. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί μέσα από τη θεωρία της κανονιστικής δυσαρέσκειας, η οποία υποστηρίζει ότι είναι σύνηθες στις γυναίκες να αισθάνονται δυσαρεστημένες με το βάρος τους ανεξαρτήτως Δείκτη Μάζας Σώματος (Cash & Henry, 1995).

Ένα ενδιαφέρον εύρημα στην σύγχρονη βιβλιογραφία είναι ότι η παρέμβαση μέσω της γνωστικής συμπεριφορικής θεραπείας οδήγησε του ανθρώπους με υψηλότερη ντροπή για το σώμα να βελτιώσουν κατά πολύ την αυτό-εκτίμηση, την ικανοποίηση με το σώμα τους και την ποιότητα ζωής τους με τον καιρό (Cassone, Lewis & Crisp, 2016). Η προαναφερθείσα παρέμβαση διήρκησε έξι εβδομάδες και είχε ως στόχο την επαύξηση της θετικής εικόνας του σώματος (Cassone, Lewis & Crisp, 2016).

Επιπρόσθετα, η αυτό-συμπόνοια, η οποία συνδέθηκε αρνητικά με την επίγνωση του αντικειμενοποιημένου σώματος (Daye, Webb & Jafari, 2014) και με τη ντροπή για το σώμα συγκεκριμένα (Wang, Wang, Yang, Zeng & Lei, 2019) μπορεί να λειτουργήσει ως ανασταλτικός παράγοντας στην εμφάνιση ανησυχιών σχετικά με την εμφάνιση.

9.4. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΤΩΝ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΙΣ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΤΗ ΔΥΣΑΡΕΣΚΕΙΑ ΜΕ ΤΟ ΣΩΜΑ ΤΟΥΣ

Δεδομένης της διαδικτυακής παρουσίας των νεαρών ενηλίκων, ιδιαίτερα των γυναικών και την εξάρτησή τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι σημαντικό να αναγνωρίζουμε τους τρόπους που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις για την εικόνα του σώματος και έχουν ως απόρροια τη διαστρέβλωση της εικόνας του σώματος (Perloff, 2014) αλλά και ψυχολογικά προβλήματα όπως η κατάθλιψη (Frison & Eggermont, 2017). Όπως επιβεβαιώνεται και από την παρούσα έρευνα, το 90.7% των συμμετεχουσών που συνδέονται καθημερινά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με μέσο όρο ηλικίας τα 26.81 έτη και επιπλέον βρέθηκε ότι η ηλικία με τη συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης ήταν αντιστρόφως ανάλογες, δηλαδή οι νεαρότερες γυναίκες έτειναν να χρησιμοποιούν περισσότερο τα ΜΚΔ. Η ηλικιακή αυτή τάξη για την Ελλάδα συμβαδίζει και με τα στατιστικά της Statista για άλλες χώρες, όπου σε έρευνες του 2021 στην Ινδονησία (Nurhayati-Wolff, 2021), στον Καναδά (Tankovska, 2021d), στη Νότια Αφρική (Tankovska, 2021e), αλλά και στη Φινλανδία (Niinimäki, 2021), η ηλικιακή ομάδα των 25 με 34 χρόνων συγκέντρωσε τη μεγαλύτερη τιμή στα ραβδογράμματα όσων αφορά την ενεργή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με τις υπόλοιπες. Η διαδραστική μορφή και τα χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι η δυναμική παρουσία των συνομηλίκων σε αυτά και η ανταλλαγή μιας πληθώρας εικόνων υποδηλώνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που λειτουργούν μέσω των κοινωνικών συγκρίσεων, μεταφορών και κανονιστικών διαδικασιών από ομοίους, μπορούν να επηρεάσουν

καθοριστικά τις ανησυχίες για την εικόνα του σώματος (Perloff, 2014). Επίσης αξίζει να σημειωθεί ότι οι ανησυχίες εμφάνισης είναι οξυμένες όταν οι γυναίκες αλληλεπιδρούν και δομούν τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φανερώνοντας φτωχότερη εικόνα σώματος και διάθεσης (de Vries, Peter, Nikken & de Graaf, 2014).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βρίθουν εικόνων ενός ατόμου, των διαδικτυακών φίλων του και πλήθος εικόνων εξιδανίκευσης του αδύνατου σώματος (Perloff, 2014). Η χρήση ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης και η ενασχόληση σχετικά με την εμφάνιση κατά τη χρήση τους συσχετίστηκε θετικά με τις ανησυχίες σχετικά με την εικόνα του σώματος (Seekis, Bradley & Duffy, 2020). Η δραστηριότητα σχετιζόμενη με φωτογραφίες στους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης έχει θεωρηθεί ότι συμβάλλει στις ανησυχίες σχετικά με την εικόνα του σώματος (Tiggemann, Hayden, Brown & Veldhuis, 2018). Οι αλληλεπιδράσεις σχετικά με την εμφάνιση στους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης συσχετίστηκαν με τη δυσαρέσκεια με το σώμα στις γυναίκες (Xiaojing, 2017). Η ικανοποίηση με την εικόνα του σώματος συσχετίστηκε με την αυξημένη ανάρτηση αυτοπορτρέτων (selfie) στο Instagram (Ridgway & Clayton, 2016).

Τα κοινωνικο-πολιτιστικά μοντέλα της εικόνας του σώματος υποδηλώνουν ότι η χρήση μέσων μαζικής ενημέρωσης μπορεί να οδηγήσει σε δυσαρέσκεια του σώματος μέσω δύο οδών: της εσωτερίκευσης των κοινωνικών ιδανικών ομορφιάς και της τάσης να συγκρίνουμε την εμφάνιση κάποιου με την εμφάνιση άλλων (Van den Berg και συν., 2002, όπως αναφέρεται στους Fardouly, Willburger και Vartanian, 2017). Η δυσαρέσκεια με το σώμα συνδέθηκε σημαντικά με το χρόνο που περνάνε οι γυναίκες ασχολούμενες με κοινωνικές συγκρίσεις και ειδικότερα ανοδικές συγκρίσεις με ποικίλες γυναίκες διαδικτυακά (Scully, Swords & Nixon, 2020). Στην έρευνα αυτή των

Scully, Swords και Nixon (2020) παρατηρήθηκε ότι όσες αξιολογούσαν τον εαυτό τους λιγότερο ευνοϊκά από τους κοντινούς τους φίλους συσχετίστηκαν με φτωχότερες εκτιμήσεις της εικόνας του σώματος.

Κατά την παρούσα έρευνα, στην υποκλίμακα λοιπόν της Objectified Body Consciousness Scale για την επιτήρηση του σώματος, παρατηρήθηκε συσχέτιση με τη συχνότητα χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Σε αυτήν περιλαμβάνονταν εκτός από σκέψεις για το πώς φαίνονται οι συμμετέχουσες, πρόταση που αφορά την κοινωνική σύγκριση. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει η μεταβλητή «Σπάνια συγκρίνω το πώς φαίνομαι με το πώς φαίνονται οι άλλοι». Επομένως, υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της χρήσης ΜΚΔ, της επιτήρησης του σώματος και των κοινωνικών συγκρίσεων. Αφού οι κοινωνικές συγκρίσεις αποτελούν ένδειξη της δυσαρέσκειας με το σώμα συνεπάγεται και ότι η συχνή χρήση μέσω κοινωνικής δικτύωσης έχει άμεση ή και έμμεση επίδραση στη σχέση αυτή.

Σύμφωνα και με τη διεθνή βιβλιογραφία, η αυτό-αντικειμενοποίηση μπορεί να εκδηλωθεί συμπεριφορικά ως παθολογική επιτήρηση του σώματος (π.χ., τακτική επιτήρηση της εμφάνισης του σώματος ενός ατόμου) (Fredrickson & Roberts, 1997· McKinley & Hyde, 1996) και ακολούθως η θεωρία της αντικειμενοποίησης προτείνει ότι η επιτήρηση του σώματος παρεμποδίζει τις διαδικασίες της σκέψης (Fredrickson & Roberts, 1997). Η χρήση ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης και η ενασχόληση με την εμφάνιση κατά τη χρήση τους έχει βρεθεί ότι σχετίζεται με τις ανοδικές συγκρίσεις και το άγχος κοινωνικής εμφάνισης (Seekis, Bradley & Duffy, 2020) και την εσωτερίκευση προτύπων ομορφιάς. Οι κοινωνικές συγκρίσεις με τη σειρά τους έχουν συσχετισθεί με φτωχότερη εικόνα σώματος (Scully, Swords & Nixon, 2020), αποτελούν ένδειξη για την

εμφάνιση δυσαρέσκειας με το σώμα και συσχετίζονται με τα καταθλιπτικά συμπτώματα (Rodgers και συν., 2020· Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019). Επιπρόσθετα, η δυσαρέσκεια και οι ανησυχίες για το σώμα έχουν συσχετισθεί ισχυρά με τις διατροφικές διαταραχές (Aparicio-Martinez και συν., 2019).

Ο Δείκτης Μάζας Σώματος (ΔΜΣ) όσο και η συχνότητα κοινοποίησης των αυτό-πορτρέτων στο Instagram προέβλεψε μέρος της διακύμανσης για τη δυσαρέσκεια με το σώμα και για την τάση προς αδυνάτισμα (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019). Ο Δείκτης Μάζας Σώματος αποτελεί σημαντική ένδειξη δυσαρέσκειας με το σώμα, με τον υψηλότερο ΔΜΣ να συνδέεται με μεγαλύτερη δυσαρέσκεια με το σώμα (Gardner, Brown & Boice, 2012· Xu et al., 2010). Στην παρούσα έρευνα εντοπίστηκε ότι ο Δείκτης Μάζας Σώματος και η ντροπή για το σώμα είναι ανάλογα ποσά. Επομένως, συνάγεται ότι όσο περισσότερο βάρος είχαν οι συμμετέχουσες, αισθάνονταν περισσότερη ντροπή για το σώμα τους, κατ' επέκταση περισσότερη δυσαρέσκεια και μεγαλύτερη ανησυχία γενικότερα. Παρόλα αυτά, ο Μ.Ο. του δείγματος αναφορικά με τον ΔΜΣ ήταν εντός του φυσιολογικού ορίου. Το παρόν εύρημα μπορεί να εξηγηθεί μέσα από το φάσμα της θεωρίας της κανονιστικής δυσαρέσκειας, η οποία υποστηρίζει ότι είναι σύνηθες στις γυναίκες να αισθάνονται δυσαρεστημένες με το βάρος τους ανεξαρτήτως Δείκτη Μάζας Σώματος (Cash & Henry, 1995).

Επιπρόσθετα, εντοπίστηκε από έρευνα ότι η δυσαρέσκεια του σώματος ήταν υψηλότερη στις γυναίκες από ό, τι στους άνδρες και δεν επηρεάστηκε από την ηλικία στις γυναίκες (Quittkat, Hartmann, Düsing, Buhlmann & Vocks, 2019). Η σημασία της εμφάνισης ήταν υψηλότερη στις γυναίκες παρά στους άνδρες, ενώ η εκτίμηση του

σώματος βελτιώθηκε και ήταν υψηλότερη στις γυναίκες όλων των ηλικιών από ό, τι στους άνδρες (Quittkat, Hartmann, Düsing, Buhlmann & Vocks, 2019).

Παρόλα αυτά, έχει παρατηρηθεί ότι οι νεαρές γυναίκες τείνουν να έχουν χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης σώματος συνολικά (μέχρι την ηλικία των 38 χρόνων) (Stronge και συν., 2015). Αυτό μπορεί να αιτιολογηθεί από το γεγονός ότι οι νέοι που έχουν μεγαλώσει με περισσότερη έκθεση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης από τις παλαιότερες γενιές είναι ακολούθως λιγότερο ικανοποιημένοι με το σώμα τους (Stronge και συν., 2015). Επιπλέον, όσον αφορά τις γυναίκες που δεν χρησιμοποιούν το Facebook, οι γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας (άνω των 50 χρόνων) είναι γενικά πιο ευτυχημένες με το σώμα τους από τις νεότερες γυναίκες (Stronge και συν., 2015). Οι γυναίκες που χρησιμοποιούν το Facebook ανέφεραν υψηλότερη δυσαρέσκεια με το σώμα από τις γυναίκες που δεν το κάνουν, αυτό το αποτέλεσμα ήταν ιδιαίτερα έντονο στις γυναίκες μέσης ηλικίας δηλαδή κοντά στα 40 με 50 χρόνων (Stronge και συν., 2015). Οι γυναίκες αυτής της μέσης ηλικίας μπορεί να είναι ένας ιδιαίτερα ευάλωτος πληθυσμός για τα νέα μέσα ενημέρωσης, καθώς έχουν «κολλήσει» ανάμεσα στην κοινωνική πίεση και ένα ανέφικτο νεανικό ιδανικό (Stronge και συν., 2015).

Στην συγκεκριμένη έρευνα εντοπίστηκε ότι η ηλικία και ο ΔΜΣ αυξάνονται ανάλογα, όπως και ο ΔΜΣ με την ντροπή για το σώμα. Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι όσο αυξάνεται η ηλικία αυξάνεται και το βάρος και κατ' επέκταση η ντροπή για το σώμα και γυναίκες επίσης που αισθάνονταν ντροπή για το σώμα ασχολούνταν περισσότερο με αυτό (επιτήρηση του σώματος). Όπως συνεπάγεται από τα ευρήματα ανάλογων ερευνών, άμεση συνέπεια της επίδρασης όλων αυτών των παραγόντων, δηλαδή αύξηση του χάσματος μεταξύ του τρέχοντος και επιθυμητού βάρους (εικόνας του

σώματος) είναι αύξηση της δυσαρέσκειας με το σώμα (Gardner, Brown & Boice, 2012· Heider, Spruyt & De Houwer, 2018· Xu et al., 2010) και των ανησυχιών σχετικά με την εμφάνιση, όπως ήταν και η αρχική υπόθεση της έρευνας. Τέλος, τόσο ο Δείκτης Μάζας Σώματος (ΔΜΣ) όσο και η συχνότητα κοινοποίησης των αυτό-πορτρέτων στο Instagram προέβλεψε δυσαρέσκεια με το σώμα και τάση προς αδυνάτισμα (Butkowski, Dixon & Weeks, 2019).

Τέλος, οι ανησυχίες εμφάνισης σχετικά με το βάρος μπορούν να επηρεάσουν οποιονδήποτε, ανεξάρτητα από τον πραγματικό μέγεθος σώματος (Lawson, 2012). Τα άτομα που είναι λιποβαρή μπορούν να έχουν φόβο μήπως παχύνουν (Russell, 1979, όπως αναφέρεται στον Lawson, 2012), εάν έχουν υγιές βάρος εύρος μπορούν ακόμα να αισθάνονται υπέρβαροι και να θέλουν να χάσουν βάρος, και εάν είναι υπέρβαροι μπορεί να κρίνουν πολύ σκληρά τον εαυτό τους (Lawson, 2012).

Σε κλινικό επίπεδο, η οι ανησυχίες για την εμφάνιση, επίσης γνωστή ως σωματική δυσμορφία, ορίζεται στο DSM IV ως «ενασχόληση με ένα φανταστικό ή ελαφρύ ελάττωμα στην εμφάνιση που προκαλεί σημαντική δυσφορία όπως κλινική κατάθλιψη, άγχος ή αυτοκτονικές σκέψεις» (Frances et al., 2000, όπως αναφέρεται στον Lawson, 2012). Αυτό μπορεί να σχετίζεται με οποιαδήποτε μορφή δυσαρέσκειας με το σώμα (όχι μόνο το βάρος) και αυτές οι προσωπικές απόψεις έχουν τις ρίζες τους τόσο σε ψυχολογικές όσο και σε κοινωνικές κατασκευές (Lawson, 2012). Τα κοινωνικοπολιτισμικά πρότυπα της εποχής όπως αυτά προβάλλονται με τέτοια άνεση, αμεσότητα και σε τέτοιο βαθμό από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν την κυριότερη πηγή επιρροής ειδικά των νέων, που «ανατρέφονται» και μεγαλώνουν υπό

το πρίσμα τους, αφομοιώνοντας a priori τα πρότυπα ισχνότητα, θεωρώντας τα ως τη νόρμα της εποχής.

Οι ανησυχίες εμφάνισης σχετικές με το βάρος, περιλαμβάνουν μια διαστρεβλωμένη αξιολόγηση του μεγέθους του σώματος, μια αρνητική αξιολόγηση του μεγέθους κάποιου και μια απόκλιση μεταξύ του τρέχοντος και του ιδανικού μεγέθους σώματος (Grogan, 2008, όπως αναφέρεται στον Lawson, 2012) και μπορεί να διαταράξει αντιλήψεις, σκέψεις και συμπεριφορές, όπως συμβαίνει συχνά σε άτομα με ανορεξία και νευρική βουλιμία (Lawson, 2012). Τόσο η ενασχόληση με την εμφάνιση, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και οι προσπάθειες για την επίτευξη του «ιδανικού» μεγέθους σώματος μπορεί να οδηγήσει σε άγχος, χαμηλή αυτοεκτίμηση, συναισθήματα αποτυχίας και διατροφικές διαταραχές (Aparicio-Martinez και συν., 2019· Lawson, 2012).

Ωστόσο, αυτές οι διαδικασίες και τα συμπτώματα μπορούν επίσης να υπάρχουν στο μη κλινικό πληθυσμό καθώς υπάρχει ανάγκη προστασίας της σωματικής και ψυχικής υγείας ατόμων που είναι λιποβαρή, υγιή, ή υπέρβαρα, αλλά που περιορίζουν τη δική τους διατροφική πρόσληψη με ανθυγιεινό τρόπο, καθώς και την υγεία των ατόμων που είναι υπέρβαρα, αγνοώντας ωστόσο ότι μπορεί να χρειαστεί να τροποποιήσουν τον τρόπο ζωής τους για να μειώσουν τους πιθανούς κινδύνους για την υγεία τους (Lawson, 2012).

Και στην παρούσα έρευνα, στην υποκλίμακα λοιπόν της Objectified Body Consciousness Scale για την επιτήρηση του σώματος, παρατηρήθηκε συσχέτιση με τη συχνότητα χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Εκτός από τις μεταβλητές της υποκλίμακας που αναφέρονταν σε σκέψεις σχετικές με την εξωτερική εμφάνιση του

υποκειμένου, υπήρχαν και μεταβλητές που συνδέονταν με τις ανησυχίες για την εμφάνιση. Χαρακτηριστικά παραδείγματα, «Συχνά ανησυχώ για το αν τα ρούχα που φοράω με κάνουν να φαίνομαι ωραία», «Σπάνια ανησυχώ για το πώς φαίνομαι στους άλλους». Η συσχέτιση επομένως αυτή, συνεπάγεται και συσχέτιση με τις ανησυχίες για την εμφάνιση των συμμετεχουσών μέσα από το πρίσμα της συχνής χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Η χρήση μέσω κοινωνικής δικτύωσης, οι ανησυχίες για την εμφάνιση και οι προσπάθειες για την επίτευξη του «ιδανικού» μεγέθους σώματος έχουν ως αποτέλεσμα το άγχος, τη χαμηλή αυτοεκτίμηση, την εμφάνιση συναισθημάτων αποτυχίας και διατροφικών διαταραχών (Lawson, 2012).

Όπως συνάγεται από την έρευνα, όλες οι μεταβλητές είναι αλληλένδετες, επηρεάζουν η μία την άλλη, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό και εξαρτώνται πάντα από τη βασικότερη «μεταβλητή» όλων, τον άνθρωπο. Επομένως, ο καθένας μέσα από τη σωστή καθοδήγηση μπορεί να διαχειριστεί τέτοιους σημαντικούς παράγοντες επιρροής στη ζωή του, να τους φιλτράρει και να μετριάσει την επίδρασή τους.

Πιο συγκεκριμένα, το θέμα της έρευνας καταδεικνύει τη σημασία του γραμματισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από τη μικρή πλέον ηλικία, τα οποία έχουν περικυκλώσει τη ζωή των ανθρώπων και αντί να λειτουργούν επικουρικά στη ζωής τους, έχουν ανατρέψει το ρόλο τους. Πλέον, η ζωή των ατόμων περιβάλλεται γύρω από αυτά και αν δεν εξοπλιστούν τα άτομα με τα απαραίτητα εφόδια, οι συνέπειες τους, μερικές εκ των οποίων αναφέρθηκαν εδώ, θα είναι επιβλαβής όχι μόνο για την ψυχική αλλά και για τη σωματική τους υγεία.

Όπως αναφέρεται και στα ευρήματα της έρευνας, όσο νεαρότερες ήταν οι γυναίκες (που χρησιμοποιούσαν και συχνότερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) τόσο

περισσότερο πίστευαν στην επίδραση εξωτερικών παραγόντων που ήλεγχαν το σώμα τους. Αυτή η εκλαμβανόμενη αίσθηση του μη ελέγχου του βάρους και κατ' επέκτασης των πραγμάτων και της αβουλίας που συνεπάγεται μπορούν να δημιουργήσουν ψυχικά προβλήματα στους ανθρώπους καθώς και περιττό άγχος και κατάθλιψη με σημαντικές επιπτώσεις στο σωματική τους υγεία, όπως για παράδειγμα διατροφικές διαταραχές το ελάχιστο. Οπότε η παρέμβαση είναι αποτελεί ανάγκη αρχίζοντας από τις νεαρές και εύπλαστες ηλικίες, γράφοντας στην *tabula rasa* νέες αξίες και πρότυπα άξια συμμόρφωσης.

Συμπεράσματα

Συνοψίζοντας, τα ευρήματα της συγκεκριμένης έρευνας μαρτυρούν μια σημαντική σχέση μεταξύ της συχνότητας χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης, της δυσαρέσκειας με το σώμα και των ανησυχιών για την εξωτερική εμφάνιση με τη διαμεσολάβηση των μεταβλητών της ηλικίας, του Δείκτη Μάζας Σώματος και των υποκλιμάκων της Objectified Body Consciousness Scale αναφορικά με την επιτήρηση του σώματος και την ντροπή για το σώμα, άλλοτε σε μικρό και άλλοτε σε μεγάλο βαθμό.

Η δυσαρέσκεια με το σώμα και οι ανησυχίες για την εμφάνιση έχουν και αυτές με τη σειρά τους διαμεσολαβητική επίδραση στην εμφάνιση διατροφικών διαταραχών και καταθλιπτικών συμπτωμάτων μεταξύ άλλων. Είναι σημαντική επομένως η ανάληψη κατάλληλων δράσεων για μια υγιή κοινωνία απαλλαγμένη από φευγαλέες και εφήμερες εικονικές «πραγματικότητες» και ιδεατά πρότυπα.

Τέλος, ο προσδιορισμός της επιρροής του κάθε μέσου κοινωνικής δικτύωσης θα βοηθήσει στην επαγρύπνηση και την ευαισθητοποίηση των εκάστοτε χρηστών του για τη δυναμική του μέσου και θα αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο για παρεμβάσεις και προγράμματα γραμματισμού και ενσυνειδητότητας. Η διαμόρφωση και η διάδοση ορθών προτύπων θα βοηθήσει ανθρώπους όλων των ηλικιών ξεκινώντας από τις νεότερες γενιές που μεγαλώνουν αμιγώς στην ψηφιακή εποχή, στην άμβλυση των επιπτώσεων της χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Περιορισμοί

Τα ευρήματα της έρευνας μπορούν να γενικευθούν, λαμβάνοντας όμως υπ' όψιν κάποιους περιορισμούς. Αρχικά, ένας περιορισμός είναι ότι το δείγμα πιθανώς δεν είναι αντιπροσωπευτικό για κάθε ηλικία ή ηλικιακή ομάδα, κάτι που ενδεχομένως επηρεάζει τα αποτελέσματα. Μπορεί να υπήρχαν για παράδειγμα αρκετές συμμετέχουσες στην ηλικιακή ομάδα 18 έως 24 και ελάχιστες στην ηλικιακή ομάδα 45 έως 54. Επιπρόσθετα, το συγκεκριμένο δείγμα έρευνας είναι ικανοποιητικό και αρκετό για την εξαγωγή συμπερασμάτων, αν και μεγαλύτερο δείγμα θα προσέφερε πιο αξιόπιστα και γενικεύσιμα συμπεράσματα. Μια παράλειψη είναι ότι δεν ζητήθηκε από τις συμμετέχουσες η συμπλήρωση του μέσου κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν συχνότερα και στο οποίο είναι πιο ενεργές, ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα και για συγκεκριμένα μέσα, τις ηλικιακές ομάδες που τα χρησιμοποιούν και με ποιο σκοπό.

Εκπαιδευτικές εφαρμογές

Η έρευνα αυτή βοηθά στην ευαισθητοποίηση των υπεύθυνων των εκπαιδευτικών θεμάτων και στην κατανόηση του φαινομένου ώστε να προβούν σε πρώιμες παρεμβάσεις σε παιδιά, εφήβους και ενήλικες, οι οποίες θα έχουν ως στόχο να απαλύνουν και να αποτρέψουν την ανάπτυξη του αισθήματος της ντροπής και τις κοινωνικές συγκρίσεις της εμφάνισης. Επιπρόσθετα, η έρευνα μπορεί να ευαισθητοποιήσει το εκπαιδευτικό προσωπικό και το Υπουργείο με τέτοιο τρόπο ώστε να εισαχθούν και να διδάσκονται μαθήματα ψυχολογίας, συμπεριφοράς, θετικής αντιμετώπισης και αποδοχής του εαυτού και του φυσικού σώματος χωρίς κατακρίσεις και συγκρίσεις.

Τα ευρήματα της έρευνας των Lee, Lee, Choi, Kim και Han (2014) υπογραμμίζουν τη σημασία της εκπαίδευσης των νέων ανθρώπων για το πώς να αξιολογούν κριτικά τα μηνύματα και τις εικόνες σχετικά με το σώμα για να τους ενθαρρύνουν να αναπτύξουν μια υγιή εικόνα του σώματος. Χωρίς μια υγιή εικόνα σώματος, δεν θα είναι σε θέση να ζήσουν μια ευτυχισμένη ζωή, ανεξάρτητα από το πολιτιστικό τους υπόβαθρο (Lee, Lee, Choi, Kim & Han, 2014).

Κοινωνικά θέματα, φαινόμενα και ανάγκες των εφήβων όπως ο εκφοβισμός, η λεκτική και σωματική βία, η επιθυμία ένταξης στο κοινωνικό σύνολο και οι ενέργειες που αυτή επιφέρει, η πίεση από συνομηλίκους (peer pressure) που οδηγεί και στη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Adeboye Oyeboade, 2017), καταδεικνύει την ανάγκη για την ενεργή συμμετοχή και ομαλή ένταξη ψυχολόγων στις σχολικές μονάδες ώστε να υποστηρίξουν τους μαθητές σε θέματα που αφορούν την ψυχική τους υγεία,

να καλλιεργήσουν την κοινωνική τους εικόνα και να τους παρέχουν συναισθηματική αγωγή.

Όσον αφορά τον εκφοβισμό, είναι προφανές ότι το ψυχολογικό υπόβαθρο των ατόμων που ασκούν εκφοβισμό είναι διαταραγμένο οπότε και «εκτονώνουν» τον εσωτερικό τους θυμό, απογοήτευση, δυσφορία στους άλλους. Τα θύματα αναπτύσσουν ακολούθως αισθήματα δυσφορίας, κατάθλιψης, απογοήτευσης και κατωτερότητας. Κατά κύριο λόγο, τα υβριστικά σχόλια στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης αφορούν την εξωτερική εμφάνιση, είτε όταν αυτή αντίκειται στα πρότυπα ισχύοντος και ομορφιάς γενικότερα είτε στα πρότυπα προβολής του εαυτού ανάλογα με το σωματότυπο, το κοινωνικό υπόβαθρο, την οικογενειακή κατάσταση (π.χ. μητέρα), κ.α.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έδωσαν βήμα στον διαδικτυακό εκφοβισμό (Gonzales, 2014). Ως εργαλείο αρχικά σχεδιασμένο για επικοινωνιακούς σκοπούς, έχει χρησιμοποιηθεί καταχρηστικά από άτομα που έχουν σκοπό να ισχυροποιήσουν τους εαυτούς τους προκαλώντας βλάβη ή ζημιά σε άλλους ανθρώπους (Gonzales, 2014). Υπάρχουν όμως τρόποι για την αποτροπή αυτής της αρνητικής πτυχής των ΜΚΔ μέσω της ορθής παρέμβασης από γονείς, σχολείο και κράτος. Για να αποτραπεί η όποια κακοποίηση που προέρχεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα πρέπει οι χρήστες κατά τη δημιουργία ενός λογαριασμού στα μέσα να έχουν πλήρη γνώση για τα υπέρ και τα κατά που επιφέρει η χρήση αυτή, τα χαρακτηριστικά τους, τον σκοπό, τις δυνατότητες και τις πιθανές επιδράσεις (Gonzales, 2014).

Ο γραμματισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι επίσης ένας τρόπος αντιμετώπισης και του διαδικτυακού εκφοβισμού (Gonzales, 2014). Ο εκφοβισμός στον

κυβερνοχώρο συμβαίνει λόγω έλλειψης γνώσεων (Gonzales, 2014). Εάν οι χρήστες των μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πλήρη κατανόηση των μέσα αυτών, οι κακές και καταστροφικές συνέπειες του διαδικτυακού εκφοβισμού μπορεί να αποφευχθούν (Gonzales, 2014). Η κατανόηση της ασφάλειας στον κυβερνοχώρο πρέπει επίσης να είναι στόχος όλων των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Gonzales, 2014). Με εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες, οι χρήστες πρέπει να μάθουν πώς να προστατεύουν τις προσωπικές πληροφορίες που ανεβάζουν στους λογαριασμούς τους στα μέσα αυτά (Gonzales, 2014). Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν εις βάρος τους από τους διαδικτυακούς εκφοβιστές (Gonzales, 2014).

Επιπρόσθετα, το σχολείο θεωρείται ως το δεύτερο σπίτι του για τους μαθητές επομένως για την προστασία των μαθητών από τον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο, τα σχολεία πρέπει να εφαρμόσουν κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη χρήση του ιδιωτικού δικτύου για να διασφαλιστεί ότι οι μαθητές είναι ασφαλείς από εκφοβιστές στον κυβερνοχώρο (Gonzales, 2014). Επιπλέον, οι μαθητές πρέπει να καθοδηγούνται σωστά όταν χρησιμοποιούν το διαδικτύου του σχολείου για να εγγυηθεί ότι είναι χρησιμοποιείται αμιγώς για ακαδημαϊκούς σκοπούς (Gonzales, 2014).

Το σχολικό περιβάλλον ήταν σημαντικό στη διαμόρφωση του παρατηρούμενου γραμματισμού με τα μέσα ενημέρωσης και της αυτοπεποίθησης (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Η κουλτούρα του σχολείου συνέβαλε στη μετρίαση των επιπτώσεων των κοινωνικών συγκρίσεων και την ενθάρρυνση της ικανοποίησης με την εμφάνιση (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Επιπλέον, τα υψηλά επίπεδα και του γραμματισμού για τα μέσα ενημέρωσης και της ευαισθητοποίησης για τους πιθανούς

κινδύνους της επένδυσης στα κοινωνικο-πολιτιστικά πρότυπα αναφέρεται ότι μείωσαν τη συχνότητα και τα αποτελέσματα της πραγματοποίησης συγκρίσεων εμφάνισης στις έφηβες (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017). Η διδασκαλία της «γλώσσας» των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των διαφημίσεων σε αυτά και η αποκωδικοποίησή της, θα βοηθήσει τους χρήστες να κατανοήσουν τον τρόπο και τον λόγο δημιουργίας των προτύπων της εκάστοτε κοινωνίας και συγκεκριμένα των προτύπων ομορφιάς (ισχνότητας). Τέλος, προγράμματα ψυχολογικής υποστήριξης ανηλίκων και ενηλίκων θα βοηθήσουν στην κατανόηση του εαυτού και των πράξεών τους και θα οδηγήσουν στην σταδιακή εξάλειψη του φαινομένου.

Θα ήταν ωφέλιμο, τα παιδιά να αποκτούν εκτός από μόρφωση, παιδεία στη ζωή τους και με τις αρχές αυτές να πορεύονται και να διευρύνουν και τους ορίζοντες των γύρω τους. Η ανάγκη διαπαιδαγώγησης και των δύο φύλων από γονείς, κράτος και σχολείο απέναντι σε θέματα συμπεριφοράς, αντικειμενοποίησης και σεβασμού είναι επιτακτική, καθώς η αντικειμενοποίηση του γυναικείου σώματος αποτελεί μια μορφή καταπίεσης της γυναίκας επηρεάζοντάς την ψυχοσωματικά και βοηθά στην διαίωνιση άλλων κοινωνικών φαινομένων, όπως της σεξουαλικής βίας, παρενόχλησης και κακοποίησης.

Συνοψίζοντας, το κράτος και οι εκπαιδευτικοί αποτελούν τους καθοδηγητές των νέων παιδιών σε μια ζωή απαλλαγμένη από κοινωνικές συγκρίσεις, συμπλέγματα κατωτερότητας λόγω της εμφάνισης, αγχώδη και καταθλιπτικά συμπτώματα. Ως αρωγοί θα πρέπει να αναλάβουν τα ηνία για την ορθή διαμόρφωση της ταυτότητας των νέων, η οποία θα αποτελέσει βάση για τη ζωή τους έτσι ώστε και εκείνοι με τη σειρά τους να διαμορφώσουν υγιή πρότυπα, άξια μίμησης για τις μετέπειτα γενιές.

Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Στη συγκεκριμένη έρευνα επικεντρωθήκαμε στις ψυχολογικές συνέπειες που έχει για τα κορίτσια και τις γυναίκες, η πολιτιστική πρακτική της σεξουαλικής αντικειμενοποίησης των γυναικείων σωμάτων μέσα από το φάσμα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Με αυτόν τον τρόπο, δεν δηλώνεται ότι οι άνδρες δεν υφίστανται ομοίως σεξουαλική αντικειμενοποίηση, ούτε ότι δεν βιώνουν τις αρνητικές επιπτώσεις μιας τέτοιας αντιμετώπισης (Fredrickson & Roberts, 1997). Επομένως, σε μελλοντικές έρευνες προτείνεται η συγκέντρωση ανάλογου δείγματος ανδρών για σύγκριση αποτελεσμάτων για όλον τον πληθυσμό και συγκεκριμένα τον ελληνικό πληθυσμό όπου η βιβλιογραφία πάνω σε αυτό το θέμα είναι ανύπαρκτη.

Αξίζει να σημειωθεί επίσης ότι το πολιτισμικό περιβάλλον της αντικειμενοποίησης ενθαρρύνει τα κορίτσια και τις γυναίκες να αντιμετωπίζουν άλλα κορίτσια και γυναίκες ως αντικείμενα προς εξέταση και αξιολόγηση (Fredrickson & Roberts, 1997). Οι τρόποι που μια τέτοια αντιμετώπιση μπορεί να αλλάξει τις σχέσεις μεταξύ των κοριτσιών χρήζει προσοχής και μελλοντικής μελέτης (Fredrickson & Roberts, 1997).

Ακολούθως, η σύγκριση χρηστών και μη χρηστών ΜΚΔ ως προς τα αισθήματα δυσαρέσκειας με το σώμα, τις διατροφικές συμπεριφορές και τα καταθλιπτικά συμπτώματα θα ήταν χρήσιμο για την εξαγωγή συμπερασμάτων για τον αντίκτυπο των ΜΚΔ στον άνθρωπο. Μια παράλειψη της έρευνας που μπορεί να προστεθεί στις μελλοντικές έρευνες είναι η λήψη επιπλέον δημογραφικών όπως ο τόπος καταγωγής και διαμονής, το εκπαιδευτικό υπόβαθρο (δευτεροβάθμια / τριτοβάθμια εκπαίδευση,

κάτοχος πτυχίου, μεταπτυχιακού, διδακτορικού τίτλου), ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα για τους επιπλέον παράγοντες που μπορεί να επηρεάζουν τις στάσεις, τις απόψεις και τις ενέργειες των ανθρώπων σχετικά με την εμφάνιση και τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Επίσης, η συμπερίληψη στις έρευνες της ερώτησης για το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν συχνότερα και στο οποίο είναι πιο ενεργές, θα ήταν χρήσιμο ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα και για συγκεκριμένα μέσα, τις ηλικιακές ομάδες που τα χρησιμοποιούν, με ποιο σκοπό (ενημέρωση, ψυχαγωγία) και ποιους λογαριασμούς αλληλεπιδρούν εκεί (μόδα, διασημότητες, ταξιδιωτικά ιστολόγια).

Η συμπλήρωση του ιδανικού επιθυμητού προτύπου σώματος και η διερεύνηση της απόκλισης από αυτό και των επιπτώσεων αυτής θα έριχνε φως σε νέες πτυχές της ψυχοσύνθεσης των ατόμων και των παραγόντων που τις επηρεάζουν (π.χ. χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης). Επιπλέον, ο διαχωρισμός της δυσαρέσκειας με το πρόσωπο και της δυσαρέσκειας με το σώμα και η σχέση της με την έκθεση σε εξιδανικευμένες εικόνες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να βοηθήσει στην διερεύνηση υποθετικών διαφορών και στους παράγοντες που επηρεάζουν την εκάστοτε δυσαρέσκεια.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μπει ενεργά και δυναμικά στις ζωές των ανθρώπων και αν δεν «εγγραματιστούμε» πάνω σε αυτά, ώστε να μπορούμε να διαχειριστούμε τη σωρεία και τον βομβαρδισμό των πληροφοριών και των εικόνων στις οποίες εκτιθέμεθα και ασυνείδητα αφομοιώνουμε, τότε οι συνέπειες της εκτεταμένης χρήσης τους θα είναι επιβλαβείς για την ψυχική και σωματική μας υγεία. Η πιο «επικίνδυνη» ηλικιακή περίοδος είναι η εφηβεία, όπου οι νέοι προσπαθούν να

διαμορφώσουν εικόνα για τον κόσμο και να δημιουργήσουν τη δική τους ταυτότητα. Επομένως, η επικέντρωση των ερευνών στους εφήβους, ερευνώντας τις επιπτώσεις της χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και αναπτύσσοντας στρατηγικές και παρεμβάσεις με στόχο την πρόληψη φαινομένων όπως οι κοινωνικές συγκρίσεις, ο εκφοβισμός (bullying), οι διατροφικές και ψυχικές διαταραχές κρίνεται αναγκαία και απαραίτητη.

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Adeboye Oyeboade, J. (2017). Socio-economic status, peer pressure and use of social media by undergraduate students in university of ibadan, Ibadan, Oyo state, Nigeria. *Library Philosophy and Practice*.

American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Arlington, VA: Author.

Andalibi, N., Ozturk, P., & Forte, A. (2017). Sensitive Self-disclosures, Responses, and Social Support on Instagram. *Proceedings Of The 2017 ACM Conference On Computer Supported Cooperative Work And Social Computing*. doi: 10.1145/2998181.2998243

Andreoletti, C., Zebrowitz, L., & Lachman, M. (2001). Physical Appearance and Control Beliefs in Young, Middle-Aged, and Older Adults. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 27(8), 969-981. doi: 10.1177/0146167201278005

Apaolaza, V., Hartmann, P., D'Souza, C., & Gilsanz, A. (2019). Mindfulness, Compulsive Mobile Social Media Use, and Derived Stress: The Mediating Roles of Self-Esteem and Social Anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 22(6), 388-396. doi: 10.1089/cyber.2018.0681

Aparicio-Martinez, P., Perea-Moreno, A., Martinez-Jimenez, M., Redel-Macías, M., Pagliari, C., & Vaquero-Abellan, M. (2019). Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 16(21), 4177. doi: 10.3390/ijerph16214177

- Ayar, D., Özalp Gerçeker, G., Özdemir, E., & Bektaş, M. (2018). The Effect of Problematic Internet Use, Social Appearance Anxiety, and Social Media Use on Nursing Students' Nomophobia Levels. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 36(12), 589-595. doi: 10.1097/cin.0000000000000458
- Baker, N., Ferszt, G., & Breines, J. (2019). A Qualitative Study Exploring Female College Students' Instagram Use and Body Image. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 22(4), 277-282. doi: 10.1089/cyber.2018.0420
- Basow, S., Foran, K., & Bookwala, J. (2007). Body Objectification, Social Pressure, and Disordered Eating Behavior in College Women: The Role of Sorority Membership. *Psychology Of Women Quarterly*, 31(4), 394-400. doi: 10.1111/j.1471-6402.2007.00388.x
- Betz, D., Sabik, N., & Ramsey, L. (2019). Ideal comparisons: Body ideals harm women's body image through social comparison. *Body Image*, 29, 100-109. doi: 10.1016/j.bodyim.2019.03.004
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, E., Durak, M., & Sherstyuk, L. (2017). The role of personality traits in Facebook and Internet addictions: A study on Polish, Turkish, and Ukrainian samples. *Computers In Human Behavior*, 68, 269-275. doi: 10.1016/j.chb.2016.11.037
- Boquiren, V., Esplen, M., Wong, J., Toner, B., & Warner, E. (2013). Exploring the influence of gender-role socialization and objectified body consciousness on body image disturbance in breast cancer survivors. *Psycho-Oncology*, 22(10), 2177-2185. doi: 10.1002/pon.3271

- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. (2020). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use?. *Computers In Human Behavior, 110*, 106395. doi: 10.1016/j.chb.2020.106395
- Brailovskaia, J., Bierhoff, H., Rohmann, E., Raeder, F., & Margraf, J. (2020). The relationship between narcissism, intensity of Facebook use, Facebook flow and Facebook addiction. *Addictive Behaviors Reports, 11*, 100265. doi: 10.1016/j.abrep.2020.100265
- Burnette, C., Kwitowski, M., & Mazzeo, S. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media:" A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image, 23*, 114-125. doi: 10.1016/j.bodyim.2017.09.001
- Butkowski, C., Dixon, T., & Weeks, K. (2019). Body Surveillance on Instagram: Examining the Role of Selfie Feedback Investment in Young Adult Women's Body Image Concerns. *Sex Roles, 81*(5-6), 385-397. doi: 10.1007/s11199-018-0993-6
- Carey, R., Donaghue, N., & Broderick, P. (2014). Body image concern among Australian adolescent girls: The role of body comparisons with models and peers. *Body Image, 11*(1), 81-84. doi: 10.1016/j.bodyim.2013.09.006
- Carlson Jones, D., 2004. Body Image Among Adolescent Girls and Boys: A Longitudinal Study. *Developmental Psychology, 40*(5), pp.823-835.

- Cary, K., Maas, M., & Nuttall, A. (2020). Self-objectification, sexual subjectivity, and identity exploration among emerging adult women. *Self And Identity*, 1-9. doi: 10.1080/15298868.2020.1772358
- Cash, T., & Henry, P. (1995). Women's body images: The results of a national survey in the U.S.A. *Sex Roles*, 33(1-2), 19-28. doi: 10.1007/bf01547933
- Cassone, S., Lewis, V., & Crisp, D. (2016). Enhancing positive body image: An evaluation of a cognitive behavioral therapy intervention and an exploration of the role of body shame. *Eating Disorders*, 24(5), 469-474. doi: 10.1080/10640266.2016.1198202
- Chao, M., Xue, D., Liu, T., Yang, H., & Hall, B. (2020). Media use and acute psychological outcomes during COVID-19 outbreak in China. *Journal Of Anxiety Disorders*, 74. doi: 10.1016/j.janxdis.2020.102248
- Chen, F., & Russo, N. (2010). Measurement Invariance and the Role of Body Consciousness in Depressive Symptoms. *Psychology Of Women Quarterly*, 34(3), 405-417. doi: 10.1111/j.1471-6402.2010.01585.x
- Chou, W., Hunt, Y., Beckjord, E., Moser, R., & Hesse, B. (2009). Social Media Use in the United States: Implications for Health Communication. *Journal Of Medical Internet Research*, 11(4), e48. doi: 10.2196/jmir.1249
- Craig, W., Boniel-Nissim, M., King, N., Walsh, S., Boer, M., & Donnelly, P. et al. (2020). Social Media Use and Cyber-Bullying: A Cross-National Analysis of Young People in 42 Countries. *Journal Of Adolescent Health*, 66(6), S100-S108. doi: 10.1016/j.jadohealth.2020.03.006

- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image, 23*, 183-187. doi: 10.1016/j.bodyim.2017.10.002
- Dakanalis, A., Timko, A., Clerici, M., Riva, G., & Carrà, G. (2016). Objectified Body Consciousness (OBC) in Eating Psychopathology. *Assessment, 24*(2), 252-274. doi: 10.1177/1073191115602553
- Dalley, S., Bron, G., Hagl, I., Heseding, F., Hoppe, S., & Wit, L. (2019). Bulimic symptoms in a sample of college women: disentangling the roles of body size, body shame and negative urgency. *Eating And Weight Disorders - Studies On Anorexia, Bulimia And Obesity, 25*(5), 1357-1364. doi: 10.1007/s40519-019-00771-z
- Daye, C., Webb, J., & Jafari, N. (2014). Exploring self-compassion as a refuge against recalling the body-related shaming of caregiver eating messages on dimensions of objectified body consciousness in college women. *Body Image, 11*(4), 547-556. doi: 10.1016/j.bodyim.2014.08.001
- DeHart, J., Stell, M., & Grant, C. (2020). Social Media and the Scourge of Visual Privacy. *Information, 11*(2), 57. doi: 10.3390/info11020057
- de Vries, D., Peter, J., Nikken, P., & de Graaf, H. (2014). The Effect of Social Network Site Use on Appearance Investment and Desire for Cosmetic Surgery Among Adolescent Boys and Girls. *Sex Roles, 71*(9-10), 283-295. doi: 10.1007/s11199-014-0412-6
- Doğan, U., & Çolak, T. (2016). Self-concealment, Social Network Sites Usage, Social Appearance Anxiety, Loneliness of High School Students: A Model

Testing. *Journal Of Education And Training Studies*, 4(6). doi: 10.11114/jets.v4i6.1420

Duggan, J., Heath, N., & Hu, T. (2015). Non-suicidal self-injury maintenance and cessation among adolescents: a one-year longitudinal investigation of the role of objectified body consciousness, depression and emotion dysregulation. *Child And Adolescent Psychiatry And Mental Health*, 9(1). doi: 10.1186/s13034-015-0052-9

Faelens, L., Hoorelbeke, K., Fried, E., De Raedt, R., & Koster, E. (2019). Negative influences of Facebook use through the lens of network analysis. *Computers In Human Behavior*, 96, 13-22. doi: 10.1016/j.chb.2019.02.002

Fang, S., Chang, H., & Shu, B. (2014). Objectified Body Consciousness, Body Image Discomfort, and Depressive Symptoms Among Breast Cancer Survivors in Taiwan. *Psychology Of Women Quarterly*, 38(4), 563-574. doi: 10.1177/0361684314552652

Fardouly, J., Diedrichs, P., Vartanian, L., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45. doi: 10.1016/j.bodyim.2014.12.002

Fardouly, J., Pinkus, R., & Vartanian, L. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image*, 20, 31-39. doi: 10.1016/j.bodyim.2016.11.002

- Fardouly, J., & Vartanian, L. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image, 12*, 82-88. doi: 10.1016/j.bodyim.2014.10.004
- Fardouly, J., & Vartanian, L. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion In Psychology, 9*, 1-5. doi: 10.1016/j.copsy.2015.09.005
- Fardouly, J., Willburger, B., & Vartanian, L. (2017). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society, 20*(4), 1380-1395. doi: 10.1177/1461444817694499
- Feltman, C., & Szymanski, D. (2017). Instagram Use and Self-Objectification: The Roles of Internalization, Comparison, Appearance Commentary, and Feminism. *Sex Roles, 78*(5-6), 311-324. doi: 10.1007/s11199-017-0796-1
- Ferguson, C., Muñoz, M., Garza, A., & Galindo, M. (2013). Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media Influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls. *Journal Of Youth And Adolescence, 43*(1), 1-14. doi: 10.1007/s10964-012-9898-9
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations, 7*(2), 117-140. doi: 10.1177/001872675400700202
- Fitzsimmons-Craft, E., & Bardone-Cone, A. (2012). Examining Prospective Mediation Models of Body Surveillance, Trait Anxiety, and Body Dissatisfaction in African

- American and Caucasian College Women. *Sex Roles*, 67(3-4), 187-200. doi: 10.1007/s11199-012-0151-5
- Fitzsimmons-Craft, E., Bardone-Cone, A., & Kelly, K. (2011). Objectified body consciousness in relation to recovery from an eating disorder. *Eating Behaviors*, 12(4), 302-308. doi: 10.1016/j.eatbeh.2011.09.001
- Fredrickson, B., & Roberts, T. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology Of Women Quarterly*, 21(2), 173-206. doi: 10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x
- Frison, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, Posting, and Liking on Instagram: The Reciprocal Relationships Between Different Types of Instagram Use and Adolescents' Depressed Mood. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 20(10), 603-609. doi: 10.1089/cyber.2017.0156
- Gardner, R., Brown, D., & Boice, R. (2012). Using Amazon's Mechanical Turk website to measure accuracy of body size estimation and body dissatisfaction. *Body Image*, 9(4), 532-534. doi: 10.1016/j.bodyim.2012.06.006
- Gentina, E., Chen, R., & Yang, Z. (2021). Development of theory of mind on online social networks: Evidence from Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Journal Of Business Research*, 124, 652-666. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.03.001
- Gioia, F., Griffiths, M., & Boursier, V. (2020). Adolescents' Body Shame and Social Networking Sites: The Mediating Effect of Body Image Control in Photos. *Sex Roles*, 83(11-12), 773-785. doi: 10.1007/s11199-020-01142-0

- Gonzales, R. (2014). Social Media as a Channel and its Implications on Cyber Bullying. In *DLSU Research Congress*. De La Salle University, Manila, Philippines.
- Grabe, S., Ward, L., & Hyde, J. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, *134*(3), 460-476. doi: 10.1037/0033-2909.134.3.460
- Greenleaf, C., & McGreer, R. (2006). Disordered Eating Attitudes and Self-Objectification Among Physically Active and Sedentary Female College Students. *The Journal Of Psychology*, *140*(3), 187-198. doi: 10.3200/jrlp.140.3.187-198
- Hart, T., Flora, D., Palyo, S., Fresco, D., Holle, C., & Heimberg, R. (2008). Development and Examination of the Social Appearance Anxiety Scale. *Assessment*, *15*(1), 48-59. doi: 10.1177/1073191107306673
- Hawes, T., Zimmer-Gembeck, M., & Campbell, S. (2020). Unique associations of social media use and online appearance preoccupation with depression, anxiety, and appearance rejection sensitivity. *Body Image*, *33*, 66-76. doi: 10.1016/j.bodyim.2020.02.010
- Heider, N., Spruyt, A., & De Houwer, J. (2018). Body Dissatisfaction Revisited: On the Importance of Implicit Beliefs about Actual and Ideal Body Image. *Psychologica Belgica*, *57*(4), 158. doi: 10.5334/pb.362
- Hew, K. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers In Human Behavior*, *27*(2), 662-676. doi: 10.1016/j.chb.2010.11.020

- Hogue, J., & Mills, J. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body Image, 28*, 1-5. doi: 10.1016/j.bodyim.2018.11.002
- Jackson, T., & Chen, H. (2015). Features of objectified body consciousness and sociocultural perspectives as risk factors for disordered eating among late-adolescent women and men. *Journal Of Counseling Psychology, 62*(4), 741-752. doi: 10.1037/cou0000096
- Jackson, T., Zheng, P., & Chen, H. (2015). Features of objectified body consciousness and sociocultural perspectives as predictors of eating and body image disturbances among young women and men in China. *Journal Of Gender Studies, 25*(5), 599-612. doi: 10.1080/09589236.2015.1073144
- Kim, C., & Shen, C. (2020). Connecting activities on Social Network Sites and life satisfaction: A comparison of older and younger users. *Computers In Human Behavior, 105*, 106222. doi: 10.1016/j.chb.2019.106222
- Kim, C., & Yang, S. (2017). Like, comment, and share on Facebook: How each behavior differs from the other. *Public Relations Review, 43*(2), 441-449. doi: 10.1016/j.pubrev.2017.02.006
- Kim, J., & Chock, T. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers In Human Behavior, 48*, 331-339. doi: 10.1016/j.chb.2015.01.009

- Kimbrough, A., Guadagno, R., Muscanell, N., & Dill, J. (2013). Gender differences in mediated communication: Women connect more than do men. *Computers In Human Behavior, 29*(3), 896-900. doi: 10.1016/j.chb.2012.12.005
- Knauss, C., Paxton, S., & Alsaker, F. (2008). Body Dissatisfaction in Adolescent Boys and Girls: Objectified Body Consciousness, Internalization of the Media Body Ideal and Perceived Pressure from Media. *Sex Roles, 59*(9-10), 633-643. doi: 10.1007/s11199-008-9474-7
- Kocur, P., Tomczak, M., Wiernicka, M., Goliwąg, M., Lewandowski, J., & Łochyński, D. (2019). Relationship between age, BMI, head posture and superficial neck muscle stiffness and elasticity in adult women. *Scientific Reports, 9*(1). doi: 10.1038/s41598-019-44837-5
- Lamont, J. (2019). Effects of body shame on poor health decisions: The mediating role of body responsiveness. *Current Psychology*. doi: 10.1007/s12144-019-00528-y
- Lawson, V. (2012). Appearance Concerns, Dietary Restriction, and Disordered Eating. *Oxford Handbooks Online*. doi: 10.1093/oxfordhb/9780199580521.013.0025
- Lee, H., Lee, H., Choi, J., Kim, J., & Han, H. (2014). Social Media Use, Body Image, and Psychological Well-Being: A Cross-Cultural Comparison of Korea and the United States. *Journal Of Health Communication, 19*(12), 1343-1358. doi: 10.1080/10810730.2014.904022
- Lindberg, S., Grabe, S., & Hyde, J. (2007). Gender, Pubertal Development, and Peer Sexual Harassment Predict Objectified Body Consciousness in Early

- Adolescence. *Journal Of Research On Adolescence*, 17(4), 723-742. doi: 10.1111/j.1532-7795.2007.00544.x
- Lindberg, S., Hyde, J., & McKinley, N. (2006). A Measure of Objectified Body Consciousness for Preadolescent and Adolescent Youth. *Psychology Of Women Quarterly*, 30(1), 65-76. doi: 10.1111/j.1471-6402.2006.00263.x
- Lowery, S., Kurpius, S., Befort, C., Blanks, E., Sollenberger, S., Nicpon, M., & Huser, L. (2005). Body Image, Self-Esteem, and Health-Related Behaviors Among Male and Female First Year College Students. *Journal Of College Student Development*, 46(6), 612-623. doi: 10.1353/csd.2005.0062
- Lunde, C., & Frisé, A. (2011). On being victimized by peers in the advent of adolescence: Prospective relationships to objectified body consciousness. *Body Image*, 8(4), 309-314. doi: 10.1016/j.bodyim.2011.04.010
- Mabe, A., Forney, K., & Keel, P. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal Of Eating Disorders*, 47(5), 516-523. doi: 10.1002/eat.22254
- Manago, A. (2014). Identity development in the digital age: The case of social networking sites. In K.C. McLean & M. Syed (Eds.), *The Oxford Handbook Of Identity Development* (pp.508-524). . New York: Oxford University Press. doi: 10.1093/oxfordhb/9780199936564.013.031
- Manago, A., Ward, L., Lemm, K., Reed, L., & Seabrook, R. (2014). Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, and Sexual Assertiveness in

College Women and Men. *Sex Roles*, 72(1-2), 1-14. doi: 10.1007/s11199-014-0441-1

Marengo, D., Montag, C., Sindermann, C., Elhai, J., & Settanni, M. (2021). Examining the links between active Facebook use, received likes, self-esteem and happiness: A study using objective social media data. *Telematics And Informatics*, 58, 101523. doi: 10.1016/j.tele.2020.101523

McGee, B., Hewitt, P., Sherry, S., Parkin, M., & Flett, G. (2005). Perfectionistic self-presentation, body image, and eating disorder symptoms. *Body Image*, 2(1), 29-40. doi: 10.1016/j.bodyim.2005.01.002

McKinley, N. (1998). Gender Differences in Undergraduates' Body Esteem: The Mediating Effect of Objectified Body Consciousness and Actual/Ideal Weight Discrepancy. *Sex Roles*, 39(1/2), 113-123. doi: 10.1023/a:1018834001203

McKinley, N. (1999). Women and objectified body consciousness: Mothers' and daughters' body experience in cultural, developmental, and familial context. *Developmental Psychology*, 35(3), 760-769. doi: 10.1037/0012-1649.35.3.760

McKinley, N. (2006a). Longitudinal Gender Differences in Objectified Body Consciousness and Weight-Related Attitudes and Behaviors: Cultural and Developmental Contexts in the Transition from College. *Sex Roles*, 54(3-4), 159-173. doi: 10.1007/s11199-006-9335-1

- McKinley, N. (2006b). The developmental and cultural contexts of objectified body consciousness: A longitudinal analysis of two cohorts of women. *Developmental Psychology*, 42(4), 679-687. doi: 10.1037/0012-1649.42.4.679
- McKinley, N., & Hyde, J. (1996). The Objectified Body Consciousness Scale. *Psychology Of Women Quarterly*, 20(2), 181-215. doi: 10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x
- McKinley, N., & Lyon, L. (2008). Menopausal attitudes, objectified body consciousness, aging anxiety, and body esteem: European American women's body experiences in midlife. *Body Image*, 5(4), 375-380. doi: 10.1016/j.bodyim.2008.07.001
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17, 199–206. doi: 10.1089/cyber.2013.0305
- Mills, J., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). “Selfie” harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27, 86-92. doi: 10.1016/j.bodyim.2018.08.007
- Mintem, G., Gigante, D., & Horta, B. (2015). Change in body weight and body image in young adults: a longitudinal study. *BMC Public Health*, 15(1). doi: 10.1186/s12889-015-1579-7
- Modica, C. (2019). Facebook, body esteem, and body surveillance in adult women: The moderating role of self-compassion and appearance-contingent self-worth. *Body Image*, 29, 17-30. doi: 10.1016/j.bodyim.2019.02.002

- Moradi, B., & Varnes, J. (2017). Structure of the Objectified Body Consciousness Scale: Reevaluated 20 Years later. *Sex Roles*, 77(5-6), 325-337. doi: 10.1007/s11199-016-0731-x
- Moya-Garófano, A., Megías, J., Rodríguez-Bailón, R., & Moya, M. (2017). Spanish version of the Objectified Body Consciousness Scale (OBCS): results from two samples of female university students / Versión española de la Objectified Body Consciousness Scale (OBCS): resultados correspondientes a dos muestras de estudiantes universitarias. *Revista De Psicología Social*, 32(2), 362-394. doi: 10.1080/02134748.2017.1292700
- Muscanell, N., & Guadagno, R. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers In Human Behavior*, 28(1), 107-112. doi: 10.1016/j.chb.2011.08.016
- Mustapic, J., Marcinko, D., & Vargek, P. (2015). Eating behaviours in adolescent girls: the role of body shame and body dissatisfaction. *Eating And Weight Disorders - Studies On Anorexia, Bulimia And Obesity*, 20(3), 329-335. doi: 10.1007/s40519-015-0183-2
- Niinimäki, E. (2021). Finland: social media used for news by age group 2020 | Statista. Ανακτήθηκε από: <https://www.statista.com/statistics/629125/social-media-platforms-used-for-following-news-by-age-group-in-finland/>
- Noser, A., & Zeigler-Hill, V. (2014). Investing in the ideal: Does objectified body consciousness mediate the association between appearance contingent self-worth and appearance self-esteem in women?. *Body Image*, 11(2), 119-125. doi: 10.1016/j.bodyim.2013.11.006

Nurhayati-Wolff, H. (2021). Indonesia: breakdown of social media users by age and gender 2021 | Statista. Ανακτήθηκε από:

<https://www.statista.com/statistics/997297/indonesia-breakdown-social-media-users-age-gender/>

Nutley, S., Falise, A., Henderson, R., Apostolou, V., Mathews, C., & Striley, C. (2021). Impact of the COVID-19 Pandemic on Disordered Eating Behavior: Qualitative Analysis of Social Media Posts. *JMIR Mental Health*, 8(1), e26011. doi: 10.2196/26011

Obar, J., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750. doi: 10.1016/j.telpol.2015.07.014

Parris, L., Lannin, D., Hynes, K., & Yazedjian, A. (2020). Exploring Social Media Rumination: Associations With Bullying, Cyberbullying, and Distress. *Journal Of Interpersonal Violence*, 088626052094682. doi: 10.1177/0886260520946826

Paxton, S., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P., & Eisenberg, M. (2006). Body Dissatisfaction Prospectively Predicts Depressive Mood and Low Self-Esteem in Adolescent Girls and Boys. *Journal Of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 35(4), 539-549. doi: 10.1207/s15374424jccp3504_5

Peat, C., & Muehlenkamp, J. (2011). Self-Objectification, Disordered Eating, and Depression. *Psychology Of Women Quarterly*, 35(3), 441-450. doi: 10.1177/0361684311400389

- Pempek, T., Yermolayeva, Y., & Calvert, S. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal Of Applied Developmental Psychology, 30*(3), 227-238. doi: 10.1016/j.appdev.2008.12.010
- Perloff, R. (2014). Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research. *Sex Roles, 71*(11-12), 363-377. doi: 10.1007/s11199-014-0384-6
- Perrin, A. (2018). Americans are changing their relationship with Facebook. Ανακτήθηκε από: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/americans-are-changing-their-relationship-with-facebook/>
- Pietrobelli, A., Faith, M., Allison, D., Gallagher, D., Chiumello, G., & Heymsfield, S. (1998). Body mass index as a measure of adiposity among children and adolescents: A validation study. *The Journal Of Pediatrics, 132*(2), 204-210. doi: 10.1016/s0022-3476(98)70433-0
- Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Hyun, S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers In Human Behavior, 107*, 106294. doi: 10.1016/j.chb.2020.106294
- Quittkat, H., Hartmann, A., Düsing, R., Buhlmann, U., & Vocks, S. (2019). Body Dissatisfaction, Importance of Appearance, and Body Appreciation in Men and Women Over the Lifespan. *Frontiers In Psychiatry, 10*. doi: 10.3389/fpsy.2019.00864
- Reece, A., & Danforth, C. (2017). Erratum to: Instagram photos reveal predictive markers of depression. *EPJ Data Science, 6*(1). doi: 10.1140/epjds/s13688-017-0118-4

- Ridgway, J., & Clayton, R. (2016). Instagram Unfiltered: Exploring Associations of Body Image Satisfaction, Instagram #Selfie Posting, and Negative Romantic Relationship Outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking, 19*(1), 2-7. doi: 10.1089/cyber.2015.0433
- Rodgers, R., Slater, A., Gordon, C., McLean, S., Jarman, H., & Paxton, S. (2020). A Biopsychosocial Model of Social Media Use and Body Image Concerns, Disordered Eating, and Muscle-Building Behaviors among Adolescent Girls and Boys. *Journal Of Youth And Adolescence, 49*(2), 399-409. doi: 10.1007/s10964-019-01190-0
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J., & Montag, C. (2021). Comparing Smartphone, WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat: Which Platform Elicits the Greatest Use Disorder Symptoms?. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking, 24*(2), 129-134. doi: 10.1089/cyber.2020.0156
- Ryding, F., & Kuss, D. (2020). The use of social networking sites, body image dissatisfaction, and body dysmorphic disorder: A systematic review of psychological research. *Psychology Of Popular Media, 9*(4), 412-435. doi: 10.1037/ppm0000264
- Saunders, J., & Eaton, A. (2018). Snaps, Selfies, and Shares: How Three Popular Social Media Platforms Contribute to the Sociocultural Model of Disordered Eating Among Young Women. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking, 21*(6), 343-354. doi: 10.1089/cyber.2017.0713

- Scully, M., Swords, L., & Nixon, E. (2020). Social comparisons on social media: online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish Journal Of Psychological Medicine*, 1-12. doi: 10.1017/ipm.2020.93
- Seekis, V., Bradley, G., & Duffy, A. (2020). Appearance-Related Social Networking Sites and Body Image in Young Women: Testing an Objectification-Social Comparison Model. *Psychology Of Women Quarterly*, 44(3), 377-392. doi: 10.1177/0361684320920826
- Shakya, H., & Christakis, N. (2017). Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study. *American Journal Of Epidemiology*. doi: 10.1093/aje/kww189
- Sicilia, A., Alcaraz-Ibáñez, M., Granero-Gallegos, A., Lirola, M., & Burgueño, R. (2019). Psychometric Properties of the Objectified Body Consciousness Scale (OBCS) in Spanish Preadolescents. *Sex Roles*, 82(3-4), 241-251. doi: 10.1007/s11199-019-01043-x
- Sinclair, S., & Myers, J. (2004). The Relationship Between Objectified Body Consciousness and Wellness in a Group of College Women. *Journal Of College Counseling*, 7(2), 150-161. doi: 10.1002/j.2161-1882.2004.tb00246.x
- Steers, M., Wickham, R., & Acitelli, L. (2014). Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage is Linked to Depressive Symptoms. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 33(8), 701-731. doi: 10.1521/jscp.2014.33.8.701

- Stronge, S., Greaves, L., Milojev, P., West-Newman, T., Barlow, F., & Sibley, C. (2015). Facebook is Linked to Body Dissatisfaction: Comparing Users and Non-Users. *Sex Roles, 73*(5-6), 200-213. doi: 10.1007/s11199-015-0517-6
- Sun, Q. (2018). Materialism, Body Surveillance, Body Shame, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model. *Frontiers In Psychology, 9*. doi: 10.3389/fpsyg.2018.02088
- Tamplin, N., McLean, S., & Paxton, S. (2018). Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men. *Body Image, 26*, 29-37. doi: 10.1016/j.bodyim.2018.05.003
- Tankovska, H. (2021d). Canada: social media user age & gender distribution 2021 | Statista. Ανακτήθηκε από: <https://www.statista.com/statistics/1047732/age-distribution-of-social-media-users-canada/>
- Tankovska, H. (2021a). Europe: mobile social users 2021 | Statista. Ανακτήθηκε από: <https://www.statista.com/statistics/299496/active-mobile-social-media-users-in-european-countries/>
- Tankovska, H. (2021b). Facebook MAU worldwide 2020 | Statista. Ανακτήθηκε από: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Tankovska, H. (2021c). Instagram: age distribution of global audiences 2021 | Statista. Ανακτήθηκε από: <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/#statisticContainer>

Tankovska, H. (2021e). Social media user age and gender distribution in South Africa

2021 | Statista. Ανακτήθηκε από:

<https://www.statista.com/statistics/1100988/age-distribution-of-social-media-users-south-africa/>

Tao, X., Huang, W., Mu, X., & Xie, H. (2016). Special issue on knowledge management of web social media. *Web Intelligence*, 14(4), 273-274. doi: 10.3233/web-160343

Terán, L., Yan, K., & Aubrey, J. (2019). “But first let me take a selfie”: U.S. adolescent girls’ selfie activities, self-objectification, imaginary audience beliefs, and appearance concerns. *Journal Of Children And Media*, 14(3), 343-360. doi: 10.1080/17482798.2019.1697319

Thompson, J. and Stice, E., 2001. Thin-Ideal Internalization: Mounting Evidence for a New Risk Factor for Body-Image Disturbance and Eating Pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), pp.181-183.

Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2019). Social media is not real: The effect of ‘Instagram vs reality’ images on women’s social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183-2199. doi: 10.1177/1461444819888720

Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body Image*, 33, 175-182. doi: 10.1016/j.bodyim.2020.03.002

Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. *Body Image*, 27, 61-66. doi: 10.1016/j.bodyim.2018.08.009

- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image, 26*, 90-97. doi: 10.1016/j.bodyim.2018.07.002
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and Adolescent Girls’ Weight Satisfaction and Drive for Thinness. *Sex Roles, 63*(1-2), 79-90. doi: 10.1007/s11199-010-9789-z
- Turner, P., & Lefevre, C. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating And Weight Disorders - Studies On Anorexia, Bulimia And Obesity, 22*(2), 277-284. doi: 10.1007/s40519-017-0364-2
- Tylka, T., & Iannantuono, A. (2016). Perceiving beauty in all women: Psychometric evaluation of the Broad Conceptualization of Beauty Scale. *Body Image, 17*, 67-81. doi: 10.1016/j.bodyim.2016.02.005
- Tylka, T., & Wood-Barcalow, N. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image, 14*, 118-129. doi: 10.1016/j.bodyim.2015.04.001
- Vall-Roqué, H., Andrés, A., & Saldaña, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *Progress In Neuro-Psychopharmacology And Biological Psychiatry, 110*, 110293. doi: 10.1016/j.pnpbp.2021.110293
- Walker, M., Thornton, L., De Choudhury, M., Teevan, J., Bulik, C., Levinson, C., & Zerwas, S. (2015). Facebook Use and Disordered Eating in College-Aged Women. *Journal Of Adolescent Health, 57*(2), 157-163. doi: 10.1016/j.jadohealth.2015.04.026

- Wang, Y., Wang, X., Yang, J., Zeng, P., & Lei, L. (2019). Body Talk on Social Networking Sites, Body Surveillance, and Body Shame among Young Adults: The Roles of Self-Compassion and Gender. *Sex Roles, 82*(11-12), 731-742. doi: 10.1007/s11199-019-01084-2
- Wick, M., & Keel, P. (2020). Posting edited photos of the self: Increasing eating disorder risk or harmless behavior?. *International Journal Of Eating Disorders, 53*(6), 864-872. doi: 10.1002/eat.23263
- Wilksch, S., O'Shea, A., Ho, P., Byrne, S., & Wade, T. (2019). The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents. *International Journal Of Eating Disorders, 53*(1), 96-106. doi: 10.1002/eat.23198
- Williams, P., & Wood, P. (2005). The effects of changing exercise levels on weight and age-related weight gain. *International Journal Of Obesity, 30*(3), 543-551. doi: 10.1038/sj.ijo.0803172
- Wollast, R., Riemer, A., Gervais, S., Grigoryan, L., Bernard, P., & Klein, O. (2020). How cultural orientation and self-compassion shape objectified body consciousness for women from America, Belgium, Russia, and Thailand. *Self And Identity, 1-21*. doi: 10.1080/15298868.2020.1787220
- Xiaojing, A. (2017). Social networking site uses, internalization, body surveillance, social comparison and body dissatisfaction of males and females in mainland China. *Asian Journal Of Communication, 27*(6), 616-630. doi: 10.1080/01292986.2017.1365914

- Xu, X., Mellor, D., Kiehne, M., Ricciardelli, L., McCabe, M., & Xu, Y. (2010). Body dissatisfaction, engagement in body change behaviors and sociocultural influences on body image among Chinese adolescents. *Body Image, 7*(2), 156-164. doi: 10.1016/j.bodyim.2009.11.003
- Yang, J., Fardouly, J., Wang, Y., & Shi, W. (2020). Selfie-Viewing and Facial Dissatisfaction among Emerging Adults: A Moderated Mediation Model of Appearance Comparisons and Self-Objectification. *International Journal Of Environmental Research And Public Health, 17*(2), 672. doi: 10.3390/ijerph17020672
- Yao, L., Niu, G., & Sun, X. (2020). Body Image Comparisons on Social Networking Sites and Chinese Female College Students' Restrained Eating: The Roles of Body Shame, Body Appreciation, and Body Mass Index. *Sex Roles, 84*(7-8), 465-476. doi: 10.1007/s11199-020-01179-1
- Yoon, S., Kleinman, M., Mertz, J., & Brannick, M. (2019). Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook–depression relations. *Journal Of Affective Disorders, 248*, 65-72. doi: 10.1016/j.jad.2019.01.026

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Παπαγεωργίου Α., Μπακλαβάς Β., Αναγνωστοπούλου Θ., Νικολίτσης Ν. & Σαρρής Μ. (2020). *Αρχαία Ελληνικά Γ' ΓΕΛ - Φάκελος Υλικού (Β' τόμος)*. Εκδόσεις Πατάκη.

Φιλοσοφικός Λόγος (Σχολικό Βιβλίο). *Πολιτικά*. Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων – Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.