

# Odnos nezadovoljstva tijelom i društvenih mreža

**Katarina Prnjak**

Filozofski fakultet u Zagrebu

Odsjek za psihologiju

ORCID: [0000-0002-6152-5025](https://orcid.org/0000-0002-6152-5025)

## Sažetak

Ključne riječi:  
 socijalna usporedba;  
 internalizacija  
 ideala mršavosti;  
 slika tijela;  
 nezadovoljstvo  
 tijelom; društvene  
 mreže

Porast broja društvenih mreža i njihovih korisnika pobudio je interes javnosti, ali i znanstvenika koji istražuju utjecaj medija na sliku o vlastitom tijelu. Cilj ovog preglednog rada bio je iznijeti relevantne spoznaje o povezanosti društvenih mreža i nezadovoljstva tijelom kod žena i muškaraca. Brojna istraživanja ispitala su i pokazala postojanje ove povezanosti, no nalazi nisu sasvim konzistentni. Nadalje, u radu su prikazani i posredni mehanizmi koji mogu utjecati na odnos društvenih mreža i nezadovoljstva tijelom te su uspoređene različite vrste medija i društvenih mreža. Također, raspravljene su spolne razlike, kao i drugi negativni ishodi povezani s korištenjem društvenih mreža.

## Abstract

Key words:  
 social comparison;  
 thin-ideal  
 internalization;  
 body image;  
 Facebook

The increasing number of social networking sites, as well as the number of their users, has become worrisome for the scientists investigating the impact of media on body image. The aim of this review was to provide a relevant literature on association between social media and body dissatisfaction among various populations. Many studies have explored and have shown this association, but as expected, the findings were not entirely consistent. Moreover, mediating variables that may alter the relationship between these concepts were reported, and also different sources of media and social networking sites were compared. In addition, gender differences were also discussed, as well as other negative outcomes associated with social network use.

Moderna tehnologija omogućila je ljudima pristup različitim sadržajima koji bi im trebali olakšati život, a ovi novi oblici medija zamijenili su one tradicionalne (televizija, radio, novine; Kaye i Johnson, 2003). Ipak, velika dostupnost raznih informacija koje omogućuje online svijet, a naročito sveprisutne društvene mreže, pokazala se potencijalno štetnom za sliku o vlastitom tijelu (Tiggemann i Slater, 2013). Slika o tijelu smatra se višedimenzionalnim konstruktom jer uključuje kognitivne, bihevioralne, emocionalne i evaluativne aspekte vlastitog fizičkog izgleda te se mijenja kroz život (Smolak, 2004; prema Benowitz–Fredericks, Garcia, Massey, Vasagar i Borzekowski, 2012). Čini se kako je korištenje popularne društvene mreže Facebook povezano sa zabrinutošću oko izgleda vlastitog tijela (Tiggemann i Slater, 2013), a negativan utjecaj društvenih mreža može se vidjeti i u istraživanju Park, Sun i McLaughlin (2017) gdje se pokazalo da su neke društvene mreže, poput Tumblra, sklone propagiranju ekstremno mršavog izgleda (tzv. pro-anoreksija sadržaj). No, nalazi koji bi upućivali na jedinstven utjecaj društvenih mreža i interneta općenito na sliku tijela u usporedbi s klasičnim medijima (npr. časopisima i televizijom), nisu sasvim jednoznačni.

Cohen i Blaszczyński (2015) su u istraživanju nezadovoljstva tijelom provedenom na studenticama pronašli razliku u utjecaju suvremenih medija u odnosu na njihove klasične oblike. Naime, u slučaju Facebooka postojala je značajna povezanost uspoređivanja izgleda s drugima i nezadovoljstva tijelom. Također, korištenje Facebooka bilo je povezano s većim rizikom za razvoj poremećaja hranjenja na istom uzorku, dok to nije utvrđeno za klasične oblike medija. Provođenje vremena gledajući televizijske i internetske sadržaje koji naglašavaju tjelesni izgled (npr. moda, fitness) bilo je povezano sa simptomima poremećaja hranjenja i kod studentica u istraživanju Bair, Kelly, Serdar i Mazzeo (2012), dok takva povezanost nije pronađena u slučaju korištenja časopisa s temom mode, zabave i zdravlja kao medija. Ipak, adolescentice koje su koristile internet, ali i one koje su čitale časopise, pokazale su veću internalizaciju mršavog ideala tijela, uspoređivanje s drugima i nezadovoljstvo tijelom, dok takva povezanost nije utvrđena za gledanje popularnih televizijskih emisija i serija (Tiggemann i Miller, 2010). Dakle, u prethodno navedenim istraživanjima internet se pokazao kao medij koji ima negativniji utjecaj na zadovoljstvo tijelom nego drugi medijski izvori. Međutim, Williams i Ricciardelli (2014) argumentiraju kako društvene mreže nemaju drugačiji utjecaj od već istraženog utjecaja drugih medija jer svi mediji općenito uključuju iste procese poput internalizacije ideala mršavosti, objektivizacije tijela (naglašena važnost tjelesnog izgleda), uspoređivanja s drugima i sl. Naglašavaju i da je potrebno više istraživanja koja će izravno ispitati i usporediti klasične oblike medija i društvene mreže kako bi se mogli donijeti pouzdaniji zaključci. Dakle, nisu svi istraživači u ovom području suglasni oko “novog” utjecaja online svijeta na zadovoljstvo vlastitim tijelom.

## Uspoređivanje s drugima

Kako bi se objasnio spomenuti utjecaj društvenih mreža, ali i medija općenito, često se u literaturi spominje teorija socijalne usporedbe. Prema ovoj teoriji, samoprocjena osobe ovisi o ishodu usporedbe s drugima (Benowitz–Fredericks, Garcia, Massey, Vasagar i Borzekowski, 2012). Veće nezadovoljstvo tijelom nakon korištenja Facebooka izrazile su sudionice sklonije uspoređivanju svog izgleda s izgledom drugih (Fardouly, Diedrichs, Vartanian i Halliwell, 2015). Kod studentica, uspoređivanje vlastitog izgleda s izgledom vršnjakinja posredovalo je između povezanosti korištenja Facebooka i zabrinutosti oko tjelesnog izgleda (Fardouly i Vartanian, 2016). Drugim riječima, ukoliko mlade žene koriste Facebook i pritom uspoređuju svoj izgled s izgledom prijateljica,

vršnjakinja ili slavni osoba, veća je vjerojatnost da će postati zabrinute zbog izgleda svoga tijela što posljedično može voditi većem nezadovoljstvu tijelom (Cohen i Blaszczyński, 2015; Fardouly i sur., 2015). Korištenje Facebooka pokazalo se značajnim prediktorom zabrinutosti oko tjelesnog izgleda u očima drugih (eng. Objectified body consciousness), koja je nadalje predviđala sram vezan uz tjelesni izgled i smanjenje seksualne asertivnosti, a povezanost spomenute zabrinutosti i srama zbog tjelesnog izgleda bila je veća kod žena nego kod muškaraca (Manago, Monique Ward, Lemm, Reed i Seabrook, 2015). Nadalje, Kim i Chock (2015) su ukazali na to da sama izloženost društvenim mrežama poput Facebooka nije nužno povezana s brigama oko tjelesnog izgleda, već da pretraživanje i komentiranje profila drugih korelira sa željom za mršavošću. Ponovno, sklonost uspoređivanju izgleda s izgledom drugih posredovala je ovom odnosu. Također je utvrđena veza između korištenja različitih društvenih mreža i tendencije k uspoređivanju i osjećaju inferiornosti u odnosu s drugima (Ferguson, Muñoz, Garza i Galindo, 2014). U longitudinalnom istraživanju koje su proveli de Vries, Peter, de Graaf i Nikken (2016), korištenje društvene mreže Hyves kod adolescenata predviđalo je nezadovoljstvo tijelom kao i povećanje učestalosti povratnih informacija vezanih uz izgled od strane vršnjaka. Iz svega navedenog čini se kako sklonost uspoređivanju s drugima može uvelike odrediti prirodu odnosa korištenja društvenih mreža i raznih briga oko izgleda.

## Internalizacija ideala mršavosti i mišićavosti

Često se u istraživanjima spominju različiti ideali tijela koji utječu na to hoće li osoba postati nezadovoljna tijelom, početi provoditi razne dijetе i tome slično. Internalizacija nerealnih ideala može biti posljedica učestale izloženosti takvim sadržajima u medijima, što vodi ka stvaranju mršavog tijela kao norme (Tiggemann i Hargreaves, 2009; prema Benowitz-Fredericks i sur., 2012). Nadalje, veza između online pretraživanja izgleda tijela i nezadovoljstva tijelom bila je jača kod studentica koje su internalizirale ideal mršavog tijela (Bair i sur., 2012). Flynn (2016) je pokazao da je zadovoljstvo tijelom prije eksperimentalne manipulacije posredovalo u odnosu izloženosti fotografijama idealnog tijela i post-eksperimentalnog zadovoljstva tijelom što upućuje na to da izloženost idealu mršavosti nema jednak utjecaj na svakoga po pitanju slike o vlastitom tijelu. U spomenutom istraživanju, osobe s inicijalno nižim zadovoljstvom tijelom bile su više pod utjecajem društvenih mreža te im se pritom zadovoljstvo tijelom trenutačno smanjilo. Neadaptivno korištenje Facebooka (usporedba s drugima, traženje socijalne evaluacije...) kod studentica je predviđalo porast simptoma bulimije i epizoda prejedanja kroz četiri tjedna, a nezadovoljstvo tijelom posredovalo je u odnosu korištenja Facebooka i čestine prejedanja (Smith, Hames i Joiner, 2013). Moguće je da, ukoliko sudjelovanje u aktivnostima društvenih mreža potakne nezadovoljstvo tijelom, takvi negativni ishodi dovedu do posljedica u vidu poremećaja hranjenja.

U novije vrijeme primjećuje se porast trenda vezanog uz zdrav način života, što uključuje zdravo hranjenje i redovitu tjelovježbu. Uz ovaj trend nerijetko se veže i idealizacija "fit", čvrstog tijela (eng. fitpiration), a izloženost fotografijama koje prikazuju "fit" izgled također može negativno utjecati na sliku tijela (Tiggemann i Zaccardo, 2016). Na primjer, izloženost fotografijama mišićavog tijela žena dovelo je kod studentica do negativnijeg raspoloženja, nižeg zadovoljstva tijelom i smanjenog trenutačnog samopoštovanja vezanog uz vanjski izgled (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Ipak, u istraživanju Robinson i sur. (2017) izloženost fotografijama koje prikazuju

mišićavi ideal nije statistički značajno povećala nezadovoljstvo tijelom, kao što je opaženo u slučaju izloženosti mršavom i atletskom (kombinacija mršavosti i mišićavosti) idealu. Slično tome, žene koje su bile izložene slikama mršavog i atletskog tijela pokazale su smanjenje trenutnog zadovoljstva vlastitim tijelom, dok sudionice koje su gledale slike isključivo mišićavih žena nisu pokazale promjenu u zadovoljstvu tijelom (Benton i Karazsia, 2015). Dakle, čini se da sama mišićavost nije nužno ideal ženama koje su sudjelovale u navedenim istraživanjima, već je i dalje naglasak na izloženosti mršavim tijelima kao onome što žene potencijalno čini manje zadovoljnim vlastitim izgledom. Ipak, iako izloženost fotografijama mišićavog tijela na Instagramu nije smanjila trenutno zadovoljstvo tijelom u usporedbi s gledanjem neutralnih podražaja, Slater, Varsani i Diedrichs (2017) su pokazale da čitanje citata o suosjećanju sa samim sobom može dovesti do pozitivnijih ishoda u kombinaciji s gledanjem spomenutih fotografija. Holland i Tiggemann (2017) su čak ispitale povezanost korištenja Instagrama i različitih ishoda te su zaključile da žene koje češće objavljuju slike mišićavih tijela na Instagramu osjećaju veću želju za mršavošću, mišićavošću, imaju više simptoma bulimije i češće opsesivno vježbaju. No, moguće je da ovaj odnos ovisi o samom izgledu žena jer žene koje izgledaju mišićavo će biti u mogućnosti dijeliti fotografije vlastitog mišićavog tijela, ali i biti sklonije prethodno spomenutim ponašanjima. Zaključno, iako su istraživanja utjecaja internalizacije mršavog ideala nakon korištenja društvenih mreža poprilično jednoznačna, nalazi nisu sasvim konzistentni u području sveprisutnje internalizacije mišićavog tijela kao ideala.

## Utjecaj različitih društvenih mreža

Nije svaka društvena mreža jednaka po vrsti sadržaja, količini informacija i načinu komunikacije. Iako se većina istraživača fokusirala na korisnike Facebooka, postoje i druge potencijalno štetne mreže za sliku tijela. To su one mreže koje u velikoj mjeri uključuju fotografije, poput Instagrama, Pinteresta i Snapchata. Tako je u istraživanju Meier i Gray (2014) veća izloženost sadržaju koji prikazuje tjelesni izgled bila povezana s nezadovoljstvom tjelesnom težinom, željom za mršavošću, internalizacijom mršavog tijela kao ideala i većom samoobjektifikacijom. Zanimljivo je da ukupno korištenje Facebooka nije bilo povezano s navedenim ishodima, što dodatno naglašava važnost sadržaja koji prikazuju ljudsko tijelo. Kod muškaraca je veza između nezadovoljstva mišićavošću tijela i simptoma poremećaja hranjenja također bila jača ako su koristili društvene mreže koje se temelje na slikovnom prikazu sadržaja (Griffiths, Murray, Krug i McLean, 2018). Korištenje društvenih mreža u svrhu pretraživanja fotografija tijela također je bilo negativno povezano sa zadovoljstvom tijelom kod studenata u SAD-u i Južnoj Koreji (Lee, Lee, Choi, Kim i Han, 2014).

Što se tiče popularnih društvenih mreža, kod mladih korisnica Facebooka, Instagrama i Snapchata pronađena je povezanost uspoređivanja "prema gore" i simptoma poremećaja hranjenja (Saunders i Eaton, 2018). U istom istraživanju povezanost uspoređivanja s drugima i simptoma poremećaja hranjenja bila je najveća kod korisnica Facebooka, dok je povezanost motrenja tijela i negativnog iskustva s društvenim mrežama bila značajna samo kod korisnica Instagrama i Snapchata. U slučaju Instagrama, istraživanje Ridgwaya i Claytona (2016) pokazalo je da korisnici zadovoljniji izgledom objavljuju više selfie fotografija, ali i češće prolaze kroz negativna iskustva u partnerskom odnosu. Zatim, Pinterest bi također mogla biti internetska stranica važna za zadovoljstvo tijelom s obzirom da su žene koje su na Pinterestu pretraživale fotografije vezane uz fitnes bile sklonije ekstremnim mjerama gubitka težine (Lewallen i Behm – Morawitz, 2016). Potencijalno objašnjenje ovih nalaza može se pronaći u

rezultatima sustavne analize sadržaja na mrežama Twitter i Pinterest koja je ukazala na povećan fokus fotografija ekstremno mršavih tijela žena, kao i izraženu seksualnost (Ghaznavi Taylor, 2015). Dakle, vrsta sadržaja, kao i njegov oblik (tekstualni, slikovni) mogu utjecati na način na koji će količina vremena provedenog na društvenim mrežama imati učinak na zadovoljstvo tijela njihovih korisnika.

## Spolne sličnosti i razlike

Istraživanja u ovom području nerijetko pokazuju određene spolne razlike u povezanosti korištenja društvenih mreža i slike o tijelu, a uvriježeno je mišljenje da su žene češće pod negativnim utjecajem ovih stranica, možda i zato što je veći udio istraživanja koristio žene kao sudionice. U eksperimentalnom istraživanju Haferkamp i Krämer (2011) pokazalo se da muškarci i žene izloženi fotografijama privlačnih ljudi naknadno imaju negativniju sliku o tijelu nego oni koji su gledali fotografije neprivlačnih ljudi. Kod muškaraca, no ne i žena, izloženost fotografijama uspješnih ljudi dovela je do veće razlike između stvarnog i idealnog financijskog statusa u usporedbi s onima koji su gledali fotografije manje uspješnih ljudi. Ovi nalazi sugeriraju da muškarci i žene nemaju nužno fokus na istu vrstu informacija prilikom korištenja društvenih mreža. Slično su potvrdili i Haferkamp, Eimler, Papadakis i Kruck (2012) time što žene češće koriste društvene mreže kako bi se uspoređivale s drugima, dok muškarci na društvenim mrežama češće žele pronaći prijatelje. Također, Fox i Vendemia (2016) pokazali su da su žene, za razliku od muškaraca, sklonije uređivati fotografije prije objave na društvene mreže. Povezanost spola i uređivanja fotografija bila je potpuno posredovana slikom o tijelu i sklonosti socijalnom uspoređivanju. Naime, moguće je da su žene s negativnijom slikom tijela sklonije uređivanju vlastitih fotografija zbog toga što traže pozitivne povratne informacije od drugih kako bi povećale svoje samopouzdanje, dok žene sklone socijalnom uspoređivanju uređuju slike zato što žele privući jednaku pažnju kao i osobe s kojima se uspoređuju (Fox i Vendemia, 2016).

No, i muškarci s negativnom slikom tijela i sklonošću socijalnoj usporedbi doživljavaju negativne ishode, kao i žene (Fox i Vendemia, 2016). Ovakvi nalazi mogu upućivati na to da sam spol nije nužno izvor prethodno utvrđenih nalaza te da donošenje zaključaka nije sasvim jednostavno. Na tragu toga, spolne razlike u povezanosti korištenja društvenih mreža i nezadovoljstva tijelom nisu se pokazale značajnima u istraživanju koje su proveli de Vries i suradnici (2016). Nadalje, na velikom uzorku novozelandskih muškaraca i žena, Stronge i suradnici (2015) pokazali su da korisnici Facebooka imaju niže zadovoljstvo tijelom, neovisno o spolu i dobi. Ipak, razlike u zadovoljstvu tijelom između korisnika i "nekorisnika" Facebooka bile su najveće kod žena srednje dobi (40–50 god.). U konačnici, kod muškaraca pripadnika manjinskih seksualnih orijentacija korištenje Instagrama, Pinteresta i Snapchata bilo je povezano s nezadovoljstvom tijelom, simptomima poremećaja hranjenja i namjerom korištenja steroida (Griffiths i sur., 2018). Stoga se doima kako i muškarci i žene vjerojatno imaju slična iskustva pri korištenju društvenih mreža.

Brojna su istraživanja (npr. de Vries, Peter, Nikken i de Graaf, 2014; Ferguson i sur., 2014) ispitala odnos korištenja društvenih mreža i drugih životnih ishoda. Osim brige oko izgleda tijela, korištenje Facebooka i usporedba s drugim ljudima mogu dovesti i do smanjenja samopouzdanja, lošijeg mentalnog zdravlja i većeg srama tijelom (Hanna i sur., 2017). Povezanost korištenja Facebooka i raspoloženja pokazana je i u eksperimentalnom istraživanju koje su proveli Fardouly, Diedrichs, Vartanian i Halliwell (2015), gdje su sudionice nakon deset minuta provedenih na Facebooku iskazale lošije raspoloženje od kontrolne grupe. De Vries i suradnici (2014) su u istraživanju na adolescentima pronašli da učestalost korištenja društvene mreže

Hyves, uz uvjet da osoba ulaže u vlastiti izgled, može dovesti i do povećane želje za provedbom estetskih operacija, pri čemu nisu postojale spolne razlike. Kod tinejdžerica hispanskog porijekla, korištenje Facebooka bilo je povezano s nižim zadovoljstvom životom (Ferguson i sur., 2014). No, s obzirom da je sklonost uspoređivanju s drugima posredovala u ovom odnosu, navedeno upućuje na to da korištenje društvenih mreža nije nužno izravno povezano s negativnim ishodima, već je moguće da ono potpomaže neka druga ponašanja koja vode ka negativnim ishodima.

## Zaključak

Mnogi od spomenutih nalaza temelje se na korelacijama dobivenim u transversalnim istraživanjima te je stoga jako teško govoriti o uzročno-posljedičnom odnosu. Potrebno je više longitudinalnih podataka kako bi se mogla odrediti stvarna priroda odnosa između korištenja društvenih mreža i nezadovoljstva tijelom. Ukoliko izloženost društvenim mrežama izazove negativni afekt kod korisnika, moguće je da dolazi do dodatnog traženja odobrenja i evaluacije putem interneta, što može rezultirati ponovnim povećanjem negativnog afekta i time stvoriti tzv. začarani krug (Perloff, 2014). Nadalje, Fardouly i Vartanian (2016) naglasili su sljedeće: iako je Facebook najčešće istraživana društvena mreža, postoje i druge (npr. Instagram) koje se više temelje na fotografijama pa bi se veća pažnja trebala posvetiti njima. Postoje i drugi čimbenici koji vrlo vjerojatno igraju ulogu u odnosu društvenih mreža i zabrinutosti oko izgleda tijela. Na primjer, Benowitz – Fredericks i suradnici (2012) u svom preglednom radu naglašavaju kako obitelj i vršnjaci mogu imati snažan utjecaj na nezadovoljstvo tijelom putem socijalnih poruka i modeliranja ponašanja vezanih uz tijelo i hranjenje. Također, atribucijski stil i percipirana samokontrola mogli bi se uzeti u obzir u budućim istraživanjima. Perloff (2014) spominje kako određene osobine ličnosti poput samopouzdanja, perfekcionizma i traženja odobrenja u online svijetu mogu posredovati u povezanosti korištenja društvenih mreža i nezadovoljstva tijelom. Sve u svemu, ovo područje zahtijeva više istraživanja na različitim društvenim mrežama, s drugim važnim konceptima i, možda najbitnije, longitudinalni pristup istraživanju.

## Literatura

Bair, C. E., Kelly, N. R., Serdar, K. L. i Mazzeo, S. E. (2012). Does the Internet function like magazines? An exploration of image-focused media, eating pathology, and body dissatisfaction. *Eating Behaviors*, 13(4), 398–401. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2012.06.003>

Benowitz-Fredericks, C. A., Garcia, K., Massey, M., Vasagar, B. i Borzekowski, D. L. G. (2012). Body Image, Eating Disorders, and the Relationship to Adolescent Media Use. *Pediatric Clinics of North America*, 59(3), 693–704. <https://doi.org/10.1016/j.pcl.2012.03.017>

Benton, C. i Karazsia, B. T. (2015). The effect of thin and muscular images on women's body satisfaction. *Body Image*, 13, 22–27. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.11.001>

Cohen, R. i Blaszczynski, A. (2015). Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. *Journal of Eating Disorders*, 3(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-015-0061-3>

de Vries, D. A., Peter, J., de Graaf, H. i Nikken, P. (2016). Adolescents' Social Network Site Use, Peer Appearance-Related Feedback, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(1), 211–224. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>

de Vries, D. A., Peter, J., Nikken, P. i 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. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0412-6>

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. i 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.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>

Fardouly, J. i Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>

Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, A. i Galindo, M. (2014). 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. <https://doi.org/10.1007/s10964-012-9898-9>

Flynn, M. A. (2016). The Effects of Profile Pictures and Friends' Comments on Social Network Site Users' Body Image and Adherence to the Norm. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(4), 239–245. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0458>

Fox, J. i Vendemia, M. A. (2016). Selective Self-Presentation and Social Comparison Through Photographs on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(10), 593–600. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0248>

Ghaznavi, J., i Taylor, L. D. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, 54–61. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.006>

Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I. i McLean, S. A. (2018). The Contribution of Social Media to Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms, and Anabolic Steroid Use Among Sexual Minority Men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(3), cyber.2017.0375. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>

Haferkamp, N., Eimler, S. C., Sc, M., Papadakis, A. i Kruck, J. V. (2012). Men Are from Mars , Women Are from Venus ? Examining Gender Differences in Self-Presentation on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2). <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0151>

Haferkamp, N. i Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309–314. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120>

Hanna, E., Ward, L. M., Seabrook, R. C., Jerald, M., Reed, L., Giaccardi, S. i Lippman, J. R. (2017). Contributions of Social Comparison and Self-Objectification in Mediating Associations Between Facebook Use and Emergent Adults' Psychological Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 172–179. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0247>

Holland, G. i Hons, B. (2017). “ Strong Beats Skinny Every Time ”: Disordered Eating and Compulsive Exercise in Women Who Post Fitspiration on Instagram. *International Journal of Eating Disorders*. <https://doi.org/10.1002/eat.22559>

Kaye, B. K. i Johnson, T. J. (2003). From here to obscurity?: Media substitution theory and traditional media in an on-line world. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 54(3), 260–273. <https://doi.org/10.1002/asi.10212>

Kim, J. W. i Chock, T. M. (2015). Body image 2 . o : Associations between social grooming on Facebook and body image concerns Computers in Human Behavior Body image 2 . o : Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48(December 2017), 331–339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.009>

Lee, H. R., Lee, H. E., Choi, J., Kim, J. H. i Han, H. L. (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. <https://doi.org/10.1080/10810730.2014.904022>

Lewallen, J. i Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or Thinterest?: Social Comparison and Body Image on Social Media. *Social Media and Society*, 2(1). <https://doi.org/10.1177/2056305116640559>

Manago, A. M., Monique Ward, L., Lemm, K. M., Reed, L. i Seabrook, R. (2015). Facebook involvement, objectified body consciousness, body shame, and sexual assertiveness in college women and men. *Sex Roles*, 72(1), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0441-1>

Meier, E. P. i Gray, J. (2014). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199–206. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>

Park, M., Sun, Y. i McLaughlin, M. L. (2017). Social Media Propagation of Content Promoting Risky Health Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(5), 278–285. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0698>



Perloff, R. M. (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. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>

Ridgway, J. L. i Clayton, R. B. (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. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0433>

Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M. i Tiggemann, M. (2017). Idealised media images : The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65-71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>

Saunders, J. F. i Eaton, A. 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. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0713>

Slater, A., Varsani, N. i Diedrichs, P. C. (2017). # fitspo or # loveyourself ? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women ' s body image , self-compassion , and mood. *Body Image*, 22, 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>

Smith, A. R., Hames, J. L. i Joiner, T. E. (2013). Status Update: Maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. *Journal of Affective Disorders*, 149(1-3), 235-240. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2013.01.032>

Stronge, S., Greaves, L. M., Milojev, P., West-Newman, T., Barlow, F. K. i Sibley, C. G. (2015). Facebook is Linked to Body Dissatisfaction: Comparing Users and Non-Users. *Sex Roles*, 73(5-6), 200-213. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0517-6>

Tiggemann, M. i Miller, J. (2010). The internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63(1), 79-90. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z>

Tiggemann, M. i Slater, A. (2013). NetGirls: The internet, facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>

Tiggemann, M. i Zaccardo, M. (2015). " Exercise to be fit , not skinny " : The effect of fitspiration imagery on women ' s body image. *Body Image*, 15, 61-67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>

Tiggemann, M. i Zaccardo, M. (2016). 'Strong is the new skinny': A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23(8), 1003-1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>

Williams, R. J. i Ricciardelli, L. A. (2014). Social Media and Body Image Concerns: Further Considerations and Broader Perspectives. *Sex Roles*, 71(11-12), 389-392. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0429-x>