

8.46x17.05	1/5	עמוד 5	ידיעות אחרונות - 7 ימים	10/2016	55433019-0
המרכז הבינתחומי הרצליה - 84260					



32 בוא'נה, אתה מזייר

נוהגים לשקר על עצמכם ברשתות החברתיות? מחקר חדש קובע שיש לכך מחיר כבד. והוא לא של לייקים / עומר ברק

20.28x31.97	2/5	עמוד 32	ידיעות אחרונות - 7 ימים	10/2016	55432795-0
המרכז הבינתחומי הרצליה - 84260					

רשת, הסוואה

משוויצים בצילומי
הסלט המושי-מושלם
שלכם באינסטוש?
מעלים פוסטים נוטפי
קיטש עם בני הזוג
בפייס? מתפארים
בילדים המלאכיים,
בבית המבריק,
בעוד אימון מוצלח
שהצלחתם להשחיל
בין כל המטלות, או
בקיצור: **מספרים**
ברשתות החברתיות
שהחיים שלכם דבש
עם סוכריות קופצות?
על פי מחקר חדש, זה
עלול להוביל לתחושת
לחץ, ניתוק חברתי
ואפילו **דיכאון**. שאלנו
מומחים על המחירים
שגובים מאיתנו
השקרים הקטנים
שכולנו מספרים על
עצמנו אונליין

27.44x26.16	3/5	עמוד 32	ידיעות אחרונות - 7 ימים	10/2016	55432899-5
המרכז הבינתחומי הרצליה - 84260					





סטטוס: בולשיט

מחקר: לשקרים
שלכם בפייסבוק
יש מחיר נפשי

< 32



55432942-4	10/2016	ידיעות אחרונות - 7 ימים	עמוד 34	4/5	25.76x34.41
המרכז הבינתחומי הרצליה - 84260					



או המשפחה שלי אוהבים אותי? סלבס בעיקר רוצים שזורים יאהבו אותם ותוהים מה בני אדם שהם בכלל לא מכירים חושבים עליהם. לא סתם אנחנו מכירים כל כך הרבה תופעות של מפורסמים שלא הצליחו להתמודד עם זה וחטפו דיכאון או פנו לסמים, כי הפער בין הפרסונה הציבורית שלהם לבין מי שהם באמת היה בלתי נסבל. הראגות האלה והרצון הזה חילחלו לכולנו. לכולנו יש היום בעיות של סלבריטאים, וזה משהו שנורא קשה לה תמודד איתו. משהו משתנה באופן שבו אנחנו מנהלים את הזהות שלנו, וזה עול חדש לגמרי, אז בטח שהוא מדכא".

נו, יופי. כאילו לא מספיקות האזהרות הרגילות בעניין סכנות הפייסבוק והעצב שהוא מביא לחיינו, בין שמצפייה בחייהם המושלמים של חברינו ובין שמגלילה אינסופית בפיר הבלתי נגמר, עכשיו מתברר שגם להס-



פרופ' יאיר עמיחי המבורגר: "עם ילדים זה פשוט מחריד"

אתה רואה אותם בסיר הלחץ הזה, את הנוירוטיות לפני שהם מעלים פוסטים כי הם חושבים איך יגיבו החברים. הם ממש מתנהגים כמו חברות פרסום עם אסטרטגיות שיווקיות. אפשר רק לדמיין מה זה עושה לדימוי העצמי שלהם"

תכל על הפרופיל של עצמנו עלול לגרום משבר קיומי. ואם עד לפני כמה זמן היינו בטוחים שהבעיה הכי גדולה שלנו היא שאמא שלנו קוראת את הפיד – היי, אמא! תתעלמי מתמונות העירום! – מתברר שיש לנו בעיות חמורות קצת יותר.

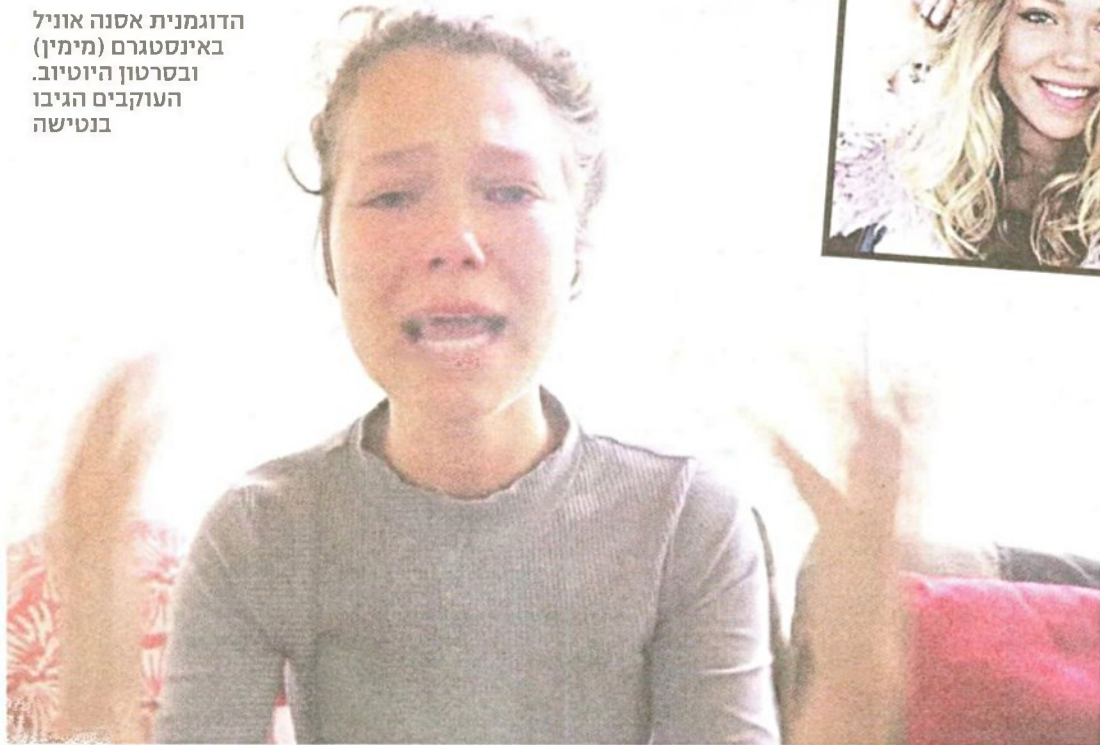
וגם עכשיו, אחרי שקראתם את זה, אני די משוכנע שאתם מגיבים בדיוק כמוני: במשיכת כתפיים, גלגול עיניים וחזרה לגליליה האובססיבית בפיד. כי עם כל הכבוד לאקדמיה ולתיאוריות, שהם יוותרו על התענוג להצטלם בים עם היפות שלי, והאושר הפסיכי שמגיע אחרי שתמונה אחת שלך סחטה מאות לייקים ולפחות שש תגובות "הורססססתתתת".

"הבעיה היא לא סלפי כזה או אחר", מסביר עמיחי המבורגר. "הבעיה היא העיסוק האובססיבי בזה במשך 24 שעות שבהן אנחנו עסוקים רק בלרגש ולייחצן ולזייף. לרמות את עצמך קצת זה בסדר, אבל ברגע שאתה מרמה את עצמך כל הזמן – וזה נכון לגבי 99 אחוז מהאוכלוסייה – זה יוצר תחושה של ריקנות. אתה כבר לא יודע מי אתה. אתה מסתכל על הפרופיל שלך ושואל מי האדם הזה. עם ילדים זה פשוט מחריד. אתה רואה אותם בסיר הלחץ הזה, את הנוירוטיות לפני שהם מעלים פוסטים כי הם חושבים איך יגיבו החברים. הם ממש מתנהגים כמו חברות פרסום עם אסטרטגיות שיווקיות. אפשר רק לדמיין מה זה עושה לדימוי העצמי שלהם".

עם כל הכבוד לפייסבוק, הרעה של אנשים הייתה חשובה לנו גם לפני זה.

"נכון, אבל פעם הייתה לנו היכולת לאינטימיות. לסגור את עצמנו לכמה שעות מהעולם ולהגן על היכולת שלנו להיות מי שאנחנו באמת. היום אתה כל הזמן חושב, גם ברגעים הכי אינטימיים שלך עם האנשים הכי קרובים

הדוגמנית אסנה אוניל באינסטגרם (מימין) ובסרטון היוטיוב. העוקבים הגיבו בנטישה



צילומים: יוטיוב, אינסטגרם, גיא אסייג

פרישתה של אסנה מהרשת, יש לציין, החזיקה בדיוק חורשיים. אבל אומת האינטרנט לא סלחה לה על האמת שהטיחה בה, וכשניסתה להקים תנועת צעירים שתנטוש את הרשתות החברתיות, המעריצים שלה החליטו לנטוש דווקא אותה, יחד עם החברות המסחריות שעד אז מימנו אותה. התוצאה, נכון לכתובת שורות אלו, היא 1,557 עוקבים באינסטגרם, מספר עוקבים שאסנה הקודמת הייתה מתפדחת ממנו, ומלצור כבר מקומי. כך חולפת לה תהילת עולם.

אבל מחקר שהתפרסם לאחרונה מגלה שגם אם עור קביה של אוניל בטוחים שטענתה טעות מרה, הדוגמנית הצעירה דווקא צדקה במאה אחוז. במחקר, שבו השתתפו 164 בני אדם בגילאי 18 עד 55, החוקרות האוסטרליות רייצ'ל גריב וג'רה ווטקינסון הראו שאכן, פער גדול מדי בין התדמית האינטרנטית שלכם לבין מי שאתם באמת עלול להוביל ללחץ, מתח ותחושת ניכור חברתי. לנחות להיות מישו שאתה לא ברשת, כתבו השתיים, גובה בדיוק את אותו מחיר מנטלי כמו לנסות להיות מי שאתה לא בחיים הרגילים. כמו שזה נראה עכשיו, לא רחוק היום שכולנו נהיה הבאים להופיע בטורנינג אפור מהוה בפיד שלנו ולהודות שקרסנו מרוב מאמץ.

צרות של סלבס

את פרופ' יאיר עמיחי המבורגר, ראש המחקר לחקר הפסיכולוגיה של האינטרנט בבית הספר לתקשורת של המרכז הבינתחומי הרצליה, המחקר החדש רחוק מלהפתיע. "הגענו היום למצב שכולנו, מבוגרים ובעיקר ילדים שפעילים ברשת, מרגישים צורך עז למכור את עצמנו", הוא אומר. "הפכנו כולנו להיות יחצנים מגיל אפס. התוצאה היא פער הולך וגדל בכל יום בין מי שאתה באמת, לבין מי שאתה מציג ומנסה למכור, ובסופו של דבר, כשאתה מסתכל על הפרופיל שלך, אתה רואה רק את הזיוף ואת חוסר היכולת שלך להיות הדמות הזו שאתה מציג. משם הדרך לתסכול והתפרקות קצרה מאוד".

"יש פה תופעה שחוקרת התקשורת האמריקאית טרי סנפט כינתה 'מיקרו-סלבריטי', מסבירה חוקרת הרשת ד"ר כרמל וייסמן מהתוכנית הרב-תחומית במדעי הרוח באוניברסיטת תל-אביב, שבעצמה סגרה את חשבונות המדיה החברתית שלה לפני כשלוש שנים מסיבות די דומות. "כל אחד מאיתנו היום תופס את עצמו כסלב-ריטי. בכלל לא משנה כמה עוקבים יש לנו, ככה אנחנו מתנהגים ברשת".

למה סלבריטי?

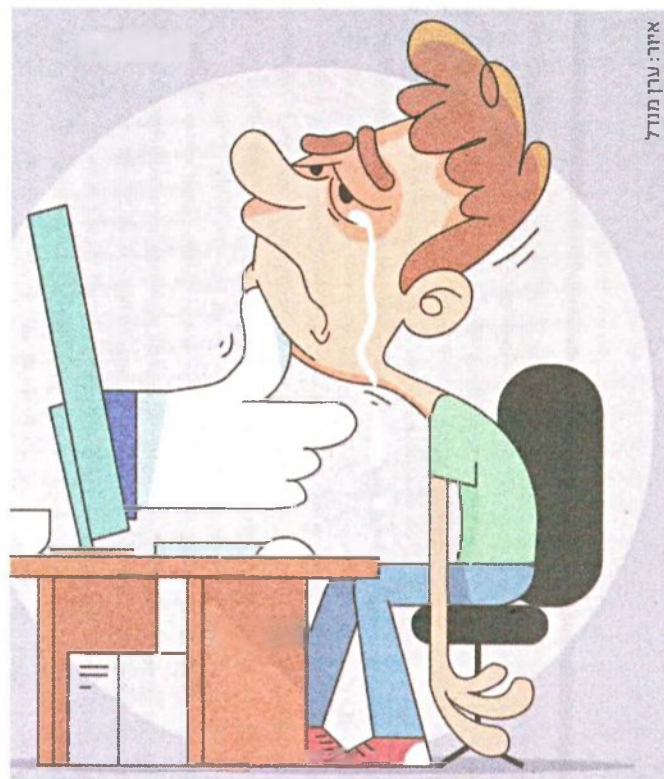
לפני כמעט שנה, הדוגמנית האוסטרלית אסנה אוניל כתה 18 שברה את האינטרנט. לא שזה חדש לאוניל, סנסציות רשת שתיחזקה בימים כתיקונם יותר מחצי מיליון עוקבים באינסטגרם, 200 אלף עוקבים ביוטיוב ו-60 אלף עוקבים בסנאפצ'ט, בעיקר בזכות אלפי תמונות חושפניות שלה בביקיני.

אבל הפעם, הסיבה הייתה קצת שונה. בווידיאו שבו הופיעה ללא איפור ובטרנינג אפור ומהוה, היממה אוניל את קהל המעריצים שלה כשהודיעה שמחקה יותר מ-2,000 צילומים שלה בביקיני, ושהיא פורשת מהרשתות החברתיות. "החיים האמיתיים הם לא מה שקורה ברשת", אמרה בצער והחלה להקרין תמונות "מושלמות" שלה, בעודה מקריינת את האמת מאחוריה: כאן היו לה חצ'קונים גוראים שהושתרו בהמון איפור ופוטושופ, שם היא לא אכלה יום שלם לפני הצילומים כדי שהבטן שלה תיראה שטוחה. "כל מה שעשיתי היה לחשוב על עוקבים, כל המטרה שלי בחיים הייתה לקבל לייקים. ביובזתי לפעמים שעות על תמונה, עד שכבר לא ידעתי מי אני", אמרה אוניל הנסערת בווידיאו. "זו קריאת השכמה לכל מי שעוקב אחריי. בבקשה תתעורר, או שהמדיה החברתית תעשה את זה גם לכם".



ד"ר כרמל וייסמן, חוקרת רשת: "אם פעם יצאת לטייל וראית חיה מסעירה, רצית ללטף אותה. היום אתה רוצה לצלם אותה. אבל אנחנו הרי מרגישים שלא באמת חווינו, גם אם צילמנו משהו והעלינו לפייס. זה הפער, והפער הזה יוצר דיכאון"

24.73x30.73	5/5	עמוד 38	ידיעות אחרונות - 7 ימים	10/2016	55432972-7
המרכז הבינתחומי הרצליה - 84260					



המשך מעמוד 34

אליך, איך הרגע הזה נתפס או ייתפס על ידי אנשים אחרים. אתה מדמיין את הסטטוס מהחתונה שלך או מחופשה זוגית רומנטית, מהרגעים שבהם אתה אמור להיות לבד עם האדם הכי קרוב אליך. זה לא קיים יותר, כי הקבוצה כל הזמן בראש שלך. גם כשאתה מאושר אתה כבר לא יודע אם אתה באמת מאושר, כי בעצם גזלת את תחור שת האוטנטיות מעצמך והעברת את האישוש לסביבה. ואז, כשאתה מסתכל על הפרופיל שלך ורואה שהחופשה הרומנטית שלך קיבלה רק חמישה לייקים, אתה תוהה אם היא באמת הייתה כזו מוצלחת, למרות שחשבת שכן. ברגע שהכל נקבע על ידי מחיאות הכפיים של הסביבה ולא על ידיך, אתה צריך להתחיל למכור את הפרטיות והאינטימיות שלך ואתה מתרוקן. מכרנו את הנכסים הכי יקרים שלנו כדי להשיג אושר בנזיד עדשים, ועכשיו כו' לנו מרגישים את התוצאות."

חווייה חוץ-גופית

אבל יש גם מי שמסרבים להתרגש מהמחקר הזה, או להסכים עם תוצאותיו. "אני חושב שצורתו של האדם הפרטי זו זווית מאוד צרה לבחון את התופעה הזו", חורץ המומחה לרשתות חברתיות ולחדשנות, ד"ר אשר עידן. "יכול להיות שברובד הפרטי זה מגביר את העצב כי אתה מתעמת בין מה שאתה רוצה לעצמך לבין מה שאתה רואה בראי, אבל מול העצב הזה צריך לבחון מה עשה הפייסבוק לדימוי של קבוצות מוחלשות באוכלוסייה ואיך היום הן תופסות את עצמן".

אתה מתכוון למחאה החברתית?

"למשל, כן. התופעה הזו צמחה מתוך הפייסבוק כי פתאום מעמד הביניים ראה את עצמו כמו שהוא רוצה לראות את עצמו. הדימוי שלהם היה די ירוד עד שהם ראו את עצמם ברשת, והמבט העצמי המחודש שלהם על עצמם דרך המדיה החברתית זה הדבר שהוביל את המחאה של רוטשילד. צריך לבחון מה עשו הרשתות החברתיות לדימוי של קבוצות שונות – ממעמד הביניים, דרך אנשי האביב הערבי, האתיופים שמחו או אפילו הצל והאריות שלו – ואני לא שופט את זה ואומר אם זה טוב או רע, רק מצביע על כך שזה קיים – פתאום לאנשים יש לא רק קבוצת תמיכה, אלא דימוי חזק וטוב יותר, שנוצר בדיוק בגלל אותם דברים שגורמים עצב אצל האדם הפרטי. אני חושב שצריך לראות את התמונה המאוזנת, כי יכול להיות שאתה סוחב עליך ארבעה קילו עצב בגלל הפער בין הפרופיל שלך למי שאתה, אבל הרווחת שבעה קילו שמחה בגלל ההעצמה הקולקטיבית שהקבוצה שאליה אתה משתייך – אתיופים, שמאל קיצוני, ימין קיצוני

או להט"בים – מקבלת ברשת. אנחנו לא יודעים באיזה רמת עצב היה כל מי שמשתייך למעמד הביניים לולא פייסבוק, ולכן קצת קשה לי להגיד שכולנו עצובים יותר או מתוחים יותר. אף אחד לא ברק אף פעם מה הרווח הקולקטיבי של הרברים האלה, גם אם הם באים על חש" בון האושר האישי".

"קולקטיב באמת נשען יותר על דימוי, אבל היחיד עדיין נשען על חוויות", מסבירה וייסמן. "מה שמשתנה כאן הוא שפעם היינו חווים חוויות דרך הגוף, והיום אנחנו חווים אותן דרך טקסט ותמונה. למשל, אם פעם

צילום: שאול גולן



ד"ר אשר עידן, מומחה לרשתות חברתיות: "צריך גם לבחון מה עשו הרשתות לדימוי של קבוצות שונות. ממעמד הביניים, דרך האביב הערבי, מחאת האתיופים ואפילו הצל והאריות שלו. פתאום לאנשים יש לא רק קבוצת תמיכה, אלא דימוי חזק וטוב יותר, בדיוק בגלל אותם דברים שגורמים לעצב אצל האדם הפרטי"

יצאת לטייל וראית חיה מסעירה, רצית ללטף אותה. היום אתה רוצה לצלם אותה. השיתוף ומחירות הכפיים הרבה יותר מעניינים מלהרגיש את המגע הפרוותי, וזה מגיע למצב שאתה אפילו לא צריך להרגיש אותו, אלא רק לצלם ולהגיד שחווית. אז כולנו עברנו לחיות באיזשהו מקום, מחוץ לגוף, והיום ממש מעוררים אותנו לחוות חוויות בלעדיו. אבל יש הברל, ואנחנו יודעים ומרגישים שלא באמת חוונו, גם אם צילמנו אותו והעלינו אותו לפייס. הגוף הזה לא מיותר כל כך כמו שהוא נראה, ובסופו של דבר אתה מרגיש בגוף את החוויות. גם אם כתבת שאתה מאושר אתה יודע, אתה זוכר את התחושה בגוף, שדברים לא היו ממומשים עד הסוף. זה הפער, והפער הזה יוצר דיכאון".

"בטווח הארוך התוצאה של זה עלולה להיות הרסנית", מזהיר עמיחי המבורגר. "לפני כמה ימים הייתי בכריכה ופתאום ראיתי בחור צעיר קופץ למים, שוחה בשיא המהירות מסלול, ואז מהר מצלם את עצמו בסלפי, ובוה הוא השקיע כמה דקות טובות. אחרי שהוא ברק שהוא צילם מהזווית הנכונה ושהוא נראה שרירי הוא פשוט קפץ החוצה והלך לו לדרכו. זה בוודאי לא מקרה חד-פעמי. זה המון כאילו, זה המון לשחק אותה, וצריך לתהות מתי תגיע המסה הקריטית של הדבר הזה. הרי כשהוא יסתכל על התמונה הזו ועל הפרופיל שלו זה יציק לו. הוא יידע את האמת, לא משנה כמה לייקים הוא קיבל. זו תופעה שרק הולכת ומתחזקת, וככל שהדימוי העצמי יתרחק יותר מהאני האמיתי, אנחנו נראה את תוצאות המחקר הזה יותר ויותר".

"מה שקורה היום זו תחושה גלובלית של אנשים שמרגישים שמשוהו חסר להם כשהם מסתכלים על הפרופיל של עצמם ולא מצליחים לשים את האצבע ולהגיד מה זה, מסכמת וייסמן. "אז אנחנו מנסים למלא את החסר הזה בלייקים ושייירים שיעשו את העבודה, ובאופן מפתיע הם לא עושים אותה, אלא משיגים את התוצאה ההפוכה. ואז אתה נכנס לאיזושהי חדרה כי אתה כבר לא יודע מה חסר לך, אבל מה שחסר לנו זה לחוות את החוויות שלנו ואת החיים שלנו כמו שהם. מאחת שיודעת כי היא עזבה את הפייסבוק".

pudingmed@gmail.com

רענן שקד

הגיע הזמן להתבגר

יש סיבה שלפרופיל שלנו ברשת החברתית קוראים "פרופיל": הוא מראה רק צד אחד שלנו

של 23 האנשים שעשו לך לייק – כל עוד אנחנו יודעים שהחלק הטוב באמת שלנו נמצא בצד השני שלנו: פרופיל האופליין או, כמו שמכנים את זה, החיים.

מעבר לזה, כואו נזכור עוד משהו: העולם נחלק בין אנשים בוגרים לאנשים שלא. ובגרות היא, לפני הכל, היכולת להכיר בערך ולהצמיח חוט שדרה פנימי יציב דיו שיהפוך אותך פגיע פחות, ואפילו אדיש, לשלוש המילים המפחידות ביותר בעולם הלא-בוגר: מה יגידו עליי. כך שאם אתם עדיין מאבדים שלושה לילות שינה רצופים בטרם תאזרו אומץ להעלות פוסט לפייסבוק; אם מדד הלייקים מכתוביכם לכם איך להרגיש עם עצמכם לשארית היום; אם תחושה כללית של כישלון אוחות בכם כעבור עשר דקות ברשת החברתית ואתם גוללים עוד ועוד רק כדי להמשיך ליפול במחילת הארנב הזו עד לתחתית האגו שלכם – מול טיב, אתם בני 15. גם אם לא כרונולוגית – בהחלט נפשית. והגיע הזמן להתחיל להתבגר.

לא יותר מעשר פעמים ביום אני נכנס לפייסבוק – בתשע מתוכן אני יוצא משם בבהלה ומרים טלפון לעורך הדין שמנסה לארגן למשפחה ולי אורחות שנייה – אבל כשאני סוקר את עצמי ברשת החברתית הזאת, אין לי בעיה.

למעשה, כשאני בוחן את פרופיל הפייסבוק שלי – גם כבגד ים – אני אומר לעצמי בסיפוק מסוים: הו, כן, אני בהחלט טוב מדי בשביל המקום הזה. אבל אני מוכן להכיר בזכותם המלאה של אנשים אחרים להרגיש רע בפייסבוק בזכות עצמם, ולא בזכות זולתם. הם טועים, כמוכן, כי מה שהם לא לוקחים בחשבון הוא שיש סיבה שלפרופיל שלנו ברשתות חברתיות קוראים "פרופיל"; הוא מראה רק צד אחד שלנו. הצד השני, זה שלא נמצא ברשת, הוא כמוכן הצד המעניין. האמיתי. המשי מעותי. החשוב. זה שאנחנו שומרים רק לאנשים שאנחנו באמת אוהבים מספיק כדי לעמת אותם עם הגרוע ביותר שבנו. והרשת היא מקום נהדר לחוש בו את עצמך – סלבריטי, כוכב-על, אליים