

עבודת גמר במסגרת תואר "מוסמך בפסיכולוגיה קלינית":

**ראי הוא הארון החדש? הקשר בין נטייה מינית,
רגישות למסרים חברתיים ואכילה מופרעת בקרב
גברים.**

**Mirror is the new closet? The association between sexual
orientation, susceptibility to social messages and
disordered eating in men.**

מנחה: ד"ר רחל בכנר

מגיש: עידו גיגי

הוגש בתאריך: 20.8.14

הצהרת אתיקה

אני מצהיר שכל הכתוב בעבודה זאת נכתב על-ידי, אלא אם כן הובא בשם אומרו, כי העבודה מבוססת על נתוני אמת שנאספו ו/או נותחו לצורך עבודת מחקר זו, ואני מתחייב שלא להציע עבודה זאת למכירה בכל דרך שהיא.

תוכן עניינים

4	תקציר בעברית
5	תקציר באנגלית (Abstract)
7	מבוא
7	א. הקשר בין נטייה מינית לבין דימוי גוף ואכילה מופרעת בקרב גברים
10	ב. הקשר בין נטייה מינית, דימוי גוף ויחס למדיה בקרב גברים
11	ג. הקשר בין רגישות חברתית והצגה עצמית לבין נטייה מינית בקרב גברים
12	ד. הקשר בין סגנון הצגה עצמית, רגישות למסרים חברתיים ואכילה מופרעת
13	ה. מטרות והשערות המחקר הנוכחי
14	שיטה
14	א. משתתפים
14	ב. כלים
20	ג. הליך
21	ד. מחקר מקדים
23	ממצאים
23	א. מאפייני המדגם
27	ב. הקשר בין נטייה מינית לבין עמדות בנוגע לגוף ואכילה
28	ג. הקשר בין נטייה מינית לבין רגישות למסרים חברתיים
30	ד. רגישות למסרים חברתיים כמשתנה מתווך בקשר בין נטייה מינית ואכילה מופרעת
34	דיון
34	א. הקשר בין נטייה מינית, רגישות למסרים חברתיים ואכילה מופרעת
36	ב. רגישות כללית לעומת רגישות ספציפית למסרים חברתיים
36	ג. הקשר בין נטייה מינית ודימוי גוף
38	ד. דאגה למותאמות חברתית ואכילה מופרעת בקרב גברים
39	ה. מגבלות המחקר
40	ו. המלצות ביחס לטיפול
41	ז. סיכום
43	ביבליוגרפיה
51	נספחים
51	א. שאלוני המחקר בעברית
66	ב. שאלוני המחקר באנגלית

תקציר

רקע: ממצאים רבים מצביעים על כך שגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית מציגים רמות גבוהות יותר של אכילה מופרעת ושל דימוי גוף שלילי בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית. עם זאת, חסרה הבנה בנוגע למנגנון הנפשי שגורם לכך. מטרת המחקר הייתה לבדוק האם לרגישות למסרים חברתיים יש תפקיד במנגנון זה. דאגה למותאמות חברתית (Concern for appropriateness) והפנמה של עמדות חברתיות בנוגע להופעה חיצונית נמצאו כקשורים לאכילה מופרעת ולדימוי גוף שלילי בקרב נשים. כמו כן, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית מדווחים על רגישות חברתית (social sensitivity) גבוהה יותר ועל עיסוק מוגבר באופן בו הם נתפסים על-ידי אחרים.

מטרות: 1. לשחזר את הממצא לפיו נטייה מינית קשורה לאכילה מופרעת ולדימוי גוף בקרב גברים. 2. לבחון האם גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית אכן רגישים יותר מגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית למסרים חברתיים. 3. לבחון האם רגישות למסרים חברתיים יכולה להסביר, לפחות באופן חלקי, את הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת בקרב גברים. 4. לבדוק האם גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית רגישים יותר למסרים חברתיים באופן כללי או באופן ספציפי למסרים הקשורים להופעה חיצונית.

שיטה: 262 גברים בגילאי 18-25 השתתפו במחקר. 203 היו בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, ו-59 בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או ביסקסואלית. המשתתפים השיבו על שאלונים המודדים אכילה מופרעת, דימוי גוף, הפנמה של עמדות חברתיות בנוגע להופעה חיצונית, דאגה למותאמות חברתית ורגישות לשכנוע בזירה הצרכנית. בנוסף, המשתתפים התבקשו לדרג את מידת ההשפעה של עשר פרסומות עליהם. ארבע מהמודעות כללו מסרים הקשורים להופעה חיצונית, ושש לא.

תוצאות ומסקנות: כצפוי, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית דיווחו על רמות גבוהות יותר של אכילה מופרעת, חוסר שביעות רצון ממידת הרזון של גופם ורגישות למסרים חברתיים בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית. כמו כן, הם דיווחו על השפעה רבה יותר של מודעות הקשורות להופעה חיצונית, אך לא של מודעות אחרות. בנוסף, רגישות למסרים חברתיים תיווכה באופן מלא את הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת. נראה כי רגישות למסרים חברתיים הקשורים להופעה חיצונית מסבירה, לפחות באופן חלקי, את הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת בקרב גברים.

Abstract

Background: Much research shows that homosexual and bisexual men present higher levels of disordered eating and more negative body image in comparison to heterosexual men. However, the underlying mechanism remains unclear. The purpose of this study was to investigate whether susceptibility to social messages may play a role in this mechanism. Concerns for appropriateness and internalization of social attitudes toward appearance have been shown to be related to disordered eating and negative body image in women. In comparison to heterosexual men, homosexual men report higher levels of social sensitivity and more preoccupation with how they are viewed by other people.

Aims: 1. To replicate finding that sexual orientation is related to eating attitudes and body image in men. 2. To test the hypothesis that homosexual and bisexual men are more susceptible to social messages than heterosexual men. 3. To test the hypothesis that susceptibility to social messages explains, at least partially, the link between sexual orientation and eating attitudes in men. 4. To test whether homosexual and bisexual men are more susceptible to social messages in general, or specifically to messages referring to physical appearance.

Methods: 262 men, aged 18-35 participated in the study. 203 were heterosexual, and 59 homosexual or bisexual. Participants completed measures of disordered eating, body image, internalization of attitudes toward appearance, concern for appropriateness and susceptibility to persuasion as consumers. In addition, participants were asked to evaluate to what extent they were influenced ten advertisements presented to them. In four of the advertisements physical appearance was central, and in six it was not.

Results and conclusions: As expected, homosexual and bisexual men reported higher levels of disordered eating, dissatisfaction with their body fats, and susceptibility to social messages than heterosexual men. They also reported being more influenced than heterosexual

men by advertisements focusing on physical appearance, but not by other advertisements. In addition, susceptibility to social messages fully mediated the association between sexual orientation and disordered eating. Sensitivity to social messages about appearance appears to explain, at least partially, the link between sexual orientation and disordered eating in men.

מבוא

במגוון מחקרים נמצא כי בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית נוטים לדווח על שביעות רצון פחותה מגופם (Peplau et al., 2009), דימוי גוף שלילי יותר (Gil, 2007; Morrison, Morrison, & Sager, 2004) ורמות גבוהות יותר של אכילה מופרעת (Yelland & Tiggemann, 2012; Smith, Hawkeswood, Bodell, & Joiner, 2011; Dakanalis et al., 2012). כמו כן, נמצא כי קיים שיעור גבוה יותר של הפרעות אכילה בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או בי-סקסואלית, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית (Feldman & Meyer, 2007). בניסיון להסביר ממצאים אלה, התייחסו חוקרים שונים לדגש הרב המושם על הופעה חיצונית בתת-התרבות הגיית (The gay subculture)¹ ובקרב האינדיבידואלים המשתייכים אליה (Drummond, 2005; Morrison, Morrison, & Sager, 2004). בנוסף, הוצע כי גברים אשר נמשכים מינית לגברים, בדומה לנשים אשר נמשכות מינית לגברים, נוטים יותר להפנים ערכים תרבותיים בנוגע להופעה חיצונית (Jankowski, Diedrichs, & Halliwell, 2013), ואולי אף מושפעים יותר מתקשורת בינאישית הנוגעת להופעה חיצונית (McArdle & Hill, 2009). נראה כי מחקרים רבים מצביעים על קשר בין נטייה מינית לבין דימוי גוף ואכילה מופרעת בקרב גברים, וכי יש בסיס להניח שהדבר קשור, לפחות חלקית, לרגישות להשפעה של מסרים חברתיים. עם זאת, המנגנון הנפשי המסביר קשרים אלה עדיין אינו מובן לחלוטין, ונראה כי ניתן יהיה להפיק תועלת מחקרית וטיפולית מהבנה כזו.

א. הקשר בין נטייה מינית לבין דימוי גוף ואכילה מופרעת בקרב גברים

במחקר מטא-אנליזה אשר בחן את הקשר בין נטייה מינית לבין דימוי גוף, ניתחו Morrison, Morrison ו-Sager (2004) ממצאים מ-20 מאמרים אשר חקרו קשר זה בקרב גברים, והתפרסמו בין השנים 1985-2003. נמצא כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית היו פחות שבעי רצון מגופם בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית. למרות שגודל האפקט הממוצע במחקר היה קטן יחסית (Cohen's $d=0.29$), נמצא כי במחקרים אשר עשו שימוש בכלי מחקר שנחשבים כמהימנים ומתוקפים יותר, גודל האפקט היה בינוני (Cohen's d ממוצע: 0.4). מחקר מאוחר יותר שהתבסס על מדגם של 26,360 גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית ו-1,653 גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, חיזק את הטענה בדבר ההבדל בין שתי קבוצות אלה. בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית

¹ תרגום המונח Gay מאנגלית ל"גיי" בעברית, על הטיית השונות, הוצע על-ידי גרוס וזיו (2003) בבואם לתרגם מאמרים מתחום חקר התרבות והתיאוריה הקווירית לעברית.

הטרנסקסואלית, דיווחו גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית על הערכה נמוכה יותר של הופעתם החיצונית ושל מידת האטרקטיביות שלהם ועל עיסוק רב יותר במשקל עודף. כמו כן, הם דיווחו על השפעה שלילית יותר של דימוי הגוף שלהם על איכות חייהם, והשפעה שלילית יותר של דימוי הגוף על איכות חיי המין שלהם. גודל האפקט שנמצא היה קטן עד בינוני, ונע בין $d=0.31$ ל- $d=0.44$ בקרב המדדים השונים (Peplau et al., 2009).

הספרות המחקרית רואה בדימוי גוף גורם סיכון, או נבאי, להופעה של הפרעות אכילה (Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999). נבאי נוסף להופעה של הפרעות אכילה הינו אכילה מופרעת (Disordered eating); מושג המתייחס לעמדות ולהתנהגויות המאפיינות דפוסים פתולוגיים של אכילה. בדומה לדימוי גוף, גם מדדים שונים של אכילה מופרעת נמצאו כגבוהים יותר בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית (Yelland ; Nelsen, Castonguay, & Locke, 2011 ; Kaminski, Chapman, Haynes, & Own, 2005). לפיכך, ניתן לצפות לשכיחות גבוהה יותר של הפרעות אכילה בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית. טענה זו נתמכת על-ידי מחקר שכיחות שערכו Feldman and Meyer (2007). במחקרם, אשר התבסס על ראיונות עם 524 נבדקים, נמצאה שכיחות גבוהה יותר של בולימיה נרבוזה במהלך החיים בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או בי-סקסואלית, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית. במחקר זה לא נמצא קשר בין נטייה מינית לבין שכיחות של הפרעות אכילה בקרב נשים.

קיימות מעט עדויות מחקריות אשר מתייחסות להרגלים ולעמדות ביחס לגוף ולאכילה בקרב גברים בעלי נטייה מינית ביסקסואלית. בחלק מהמחקרים הוצאו גברים אלה מהניתוחים הסטטיסטיים מאחר שמספרם היה קטן, ולא ניתן היה להתייחס אליהם כאל קבוצה מובחנת (Jankowski ; Gil, 2007). (Yelland & Tiggemann, 2003 ; et al., 2013). במחקרים המעטים אשר התייחסו למשתתפים בעלי נטייה מינית ביסקסואלית כאל קבוצה מובחנת, נמצא כי בקבוצה זו הייתה שכיחות גבוהה של תסמינים של אכילה מופרעת בהשוואה לקבוצה של גברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית. כך למשל, במחקר אורך של Ausitn ועמיתיה (2009) עקבו החוקרים אחר 7,843 נערים וגברים צעירים מגיל 12 עד 23. נמצא כי משתתפים אשר דיווחו על נטייה מינית ביסקסואלית או על ניסיון מיני עם גברים אחרים, דיווחו באופן עקבי יחסית על שיעור גבוה יותר של פעולות טיהור של מזון (Purging) בהשוואה למשתתפים אשר דיווחו על נטייה מינית הטרנסקסואלית. גם משתתפים אשר דיווחו על נטייה מינית הומוסקסואלית, דיווחו על שיעור גבוה יותר של פעולות טיהור בהשוואה למשתתפים אשר דיווחו על נטייה מינית הטרנסקסואלית.

ממצאים דומים נמצאו במחקר אשר בדק פעולות טיהור מזון בקרב 6,387 נערים בכיתות ט' עד י"ב (Hadland, Austin, Goodenow, & Calzo, 2014). כמו כן, במחקרם של Feldman and Meyer (2007), לא נמצא הבדל בשכיחות הפרעות אכילה בין גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או בייסקסואלית. ניסיונות להסביר את הקשר בין נטייה מינית לבין דימוי גוף ועמדות בנוגע לאכילה בקרב גברים, נוטים להתבסס על אחת משתי תיאוריות: תיאורית ההחפצה (Fredrickson & Objectification Theory; Fredrickson & Roberts, 1997) ותיאוריית ההשוואה החברתית (Social Comparison Theory; Festinger, 1954). תיאוריית ההחפצה התייחסה במקור לכך שהחברה מעריכה נשים על סמך גופן ועל סמך המידה בה הן מסוגלות לספק עונג מיני לגברים. לפיה, החברה מעודדת נשים להפנים את נקודת המבט המחפצה כשהן בוחנות את גופן שלהן (כלומר, לאמץ עמדה הרואה בעצמן אובייקט מיני אשר נועד לענג גברים). הדבר מוביל לשימת לב מוגברת למראה הגוף, אשר מעלה את רמת החדרה והבושה כאשר הגוף אינו עומד בסטנדרטים המקובלים לאטרקטיביות (Fredrickson & Roberts, 1997). הסתכלות מאוחרת יותר על התיאוריה בחנה את תקופתה לגבי גברים. נמצא כי גברים נוטים פחות מנשים לאמץ עמדה מחפצה לגבי עצמם, אולם גם בקרב גברים קיים קשר בין החפצה עצמית לבין בעיות בדימוי הגוף ואכילה מופרעת. קשר זה נמצא כחזק ויציב יותר בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית. בנוסף, נמצא כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית נוטים להציג רמות גבוהות יותר של החפצה עצמית, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית. (Wiseman & Moradi, 2010). אחד ההסברים שניתנו ברוח תיאוריות ההחפצה, הינו כי גברים המעוניינים להיתפס כאטרקטיביים מבחינה מינית בעיני גברים, מאמצים את אותן עמדות מחפצות שמאמצות נשים אשר מעוניינות להיתפס כאטרקטיביות בעיני גברים (McArdle & Hill, 2009; Peplau et al., 2009).

תיאוריית ההשוואה החברתית גורסת כי בני אדם נוטים ללמוד על עצמם ולבסס את ההערכה העצמית שלהם באמצעות השוואה לאנשים אחרים שדומים להם (Festinger, 1954). מרבית המחקרים שבחנו את ההשפעה של השוואה חברתית על דימוי גוף התמקדו בנשים, ומצאו כי השוואה לנשים בעלות מראה הנתפס כאידיאלי (למשל, דוגמניות בפרסומות) גורמת לפגיעה בהערכה העצמית ולחוסר שביעות רצון בנוגע להופעה חיצונית (Tiggemann & McGill, 2004; Richnis, 1991). ממצא דומה עולה ממחקר שהתבסס על מדגם של 104 גברים. נמצא כי חשיפת נבדקים לפרסומות שכללו גברים בעלי מבנה גוף שרירי הנתפס כאידיאלי, הובילה להערכה עצמית נמוכה יותר של מידת האטרקטיביות שלהם ולשביעות רצון נמוכה יותר ביחס לשרירים שלהם, בהשוואה לפרסומות שלא כללו דימויים של גוף. בנוסף, נמצא כי גברים אשר שמו דגש רב יותר על הופעתם החיצונית, היו רגישים יותר להשפעה זו, ונטו יותר להשוות את עצמם

לגברים בפרסומות (Hargreaves & Tiggemann, 2009). לאור ממצא זה, ניתן לשער כי סביבה תרבותית המעודדת השוואה חברתית לאידיאל גוף שאינו ניתן להשגה, עשויה לעודד דימוי גוף שלילי בקרב חברה. נראה כי תת התרבות הגיית מהווה סביבה חברתית אשר מעודדת השוואה חברתית על בסיס של הופעה חיצונית, ומקדמת אידיאל גוף שקשה מאוד להשיג. טענה זו נתמכת, בין היתר, על-ידי ממצאי מחקרו של Drummond (2005), אשר ערך ראיונות עומק עם 14 גברים אוסטרליים צעירים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית. מדברי המראיינים עלה כי לאסתטיקה של הגוף יש תפקיד חשוב בתרבות הגיית, בייחוד בהקשר של היכרויות חדשות. המראיינים תיארו כי הם משקיעים מחשבה באופן בו הם מציגים את גופם, וכי הם מושפעים מדימויים של גברים המופיעים באמצעי התקשורת. הדבר בא לידי ביטוי, בין היתר, ברצון להיראות רזים ושריריים ובניסיונות להתלבש באופן שיסתיר אזורים פחות אהובים בגופם, ויבליט אזורים אחרים. המראיינים הסבירו כי מבנה הגוף הנחשב כנחשק בקהילה הגיית אינו מציאותי, וכי רק בודדים יכולים להשיגו. בהתאם לכך, הם דיווחו כי הם חשים תחושת כישלון כאשר הם אינם מצליחים לעצב את גופם בהתאם למבנה זה, וכאשר הם לא מצליחים להכיר בני-זוג אשר עונים על אותם קריטריונים גופניים נחשקים. ממצאים דומים עולים ממחקרו של Huston (2010), אשר ערך ראיונות עומק עם תשעה גברים צעירים מארצות-הברית. ממחקר זה עולה כי הקפדה על מראה רזה ושרירי מהווה גורם משמעותי בהשתלבות בתוך התרבות הגיית. במחקר כמותני, שערכו Jankowski ועמיתיו (2013), נמצא כי גברים אשר דיווחו על נטייה מינית הומוסקסואלית, דיווחו כי הם לוקחים חלק בשיחות העוסקות בהופעה החיצונית, בתדירות גבוהה יותר מאשר גברים אשר דיווחו על נטייה מינית הטרוסקסואלית. כמו כן, נמצא כי הקשר בין נטייה מינית לבין שביעות רצון מהגוף תווך על-ידי תדירות ההשתתפות בשיחות אלה, ובייחוד בשיחות שכללו ביקורת או לעג על המראה של המשתתפים בהן.

נראה כי גם הסברים המתבססים על תיאוריית ההחפצה, וגם הסברים המתבססים על תיאוריית ההשוואה החברתית, מתמקדים בהסברים תרבותיים ובתהליכים חברתיים רחבים. לפיכך, יש מקום לבסס הבנה טובה יותר בנוגע לגורמים תוך-אישיים אשר משפיעים על רגישותם של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית להופעתם החיצונית, וכי הדבר עשוי לתרום לטיפול באוכלוסיה זו ולמחקר בתחום.

ב. הקשר בין נטייה מינית, דימוי גוף ויחס למדיה בקרב גברים

קיימת הסכמה בספרות על כך שתקשורת ההמונים מהווה כלי חיברות אשר מקדם את אידיאל היופי בתרבות המערבית (Thompson et al., 1999). בעוד שאידיאל היופי הנשי המקודם במדיה, שם דגש על רזון, אידיאל הגוף הגברי המוצג בה, שם דגש על שריריות (Parent, 2013). במחקר שהשווה בין מבנה הגוף הגברי המוצג בסוגים שונים מגזינים, נמצא כי הן מגזינים הפונים לקהל של גברים בעלי נטייה מינית

הטרנסקסואלית, והן מגזינים הפונים לקהל של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, מדגישים את אידיאל היופי השרירי. עם זאת, מגזינים הפונים לגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, נוטים להציג גברים רזים יותר מהגברים המוצגים במגזינים הפונים לגברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית (Lanzieri & Cook, 2013). לפיכך, ניתן לשער כי אידיאל היופי המקודם על-ידי אמצעי תקשורת הפונים לקהל של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, מתייחס למבנה גוף שהוא גם שרירי וגם רזה. בנוסף להבדל במבנה הגוף האידיאלי המוצג במדיה, נראה כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית נוטים להיות מושפעים יותר מגברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית ממסרים המועברים במדיה בנוגע להופעה חיצונית. במחקר שערכו McArdle and Hill (2009) נמצא קשר חיובי בין רגישות להשפעת המדיה בנוגע לנושאים הקשורים להופעה חיצונית, לבין מידת חוסר-שביעות הרצון מהגוף. קשר זה נמצא כחזק יותר בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית, ללא תלות בהיקף החשיפה למדיה.

ג. הקשר בין רגישות חברתית והצגה עצמית לבין נטייה מינית בקרב גברים

לאור ממצאי המחקרים שהוצגו לעיל, ניתן לשער כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית הינם רגישים במיוחד למסרים הקשורים להופעה חיצונית, בין אם הם מועברים באופן בינאישי, ובין אם הם מוצגים במדיה. נראה כי גברים אלה נוטים להפנים ערכים הקשורים להופעה חיצונית, ומנסים לאמץ מראה המשקף את אידיאל היופי בחברה בה הם חיים. בנוסף, נראה כי הם עסוקים במידה מוגברת באופן בו הם מציגים את עצמם בחברה. Drummond (2005) מתאר במאמרו כי הגברים שראיין (אשר דיווחו על נטייה מינית הומוסקסואלית), תיארו מגוון סוגים של גבריות או של מצגים של גוף גברי, אותם הם מציגים באינטראקציות חברתיות שונות. כך למשל, הם תיארו כי הם מציגים סוג אחד של גבריות כשהם נמצאים באוניברסיטה, אשר נתפסת בעיניהם כסביבה הטר-נורמטיבית (כלומר, סביבה בה ההטרנסקסואלית נתפסת כנורמה), וסוג שונה של גבריות כשהם נמצאים במסיבה או בפאב של הקהילה הגיית. לצורך כך, הם פיתחו יכולת לנטר את האופן בו גבריותם נתפסת בעיניי אחרים, והם עסוקים באופן מתמשך בהערכה ובהערכה מחדש של האופן בו מוצג גופם בחברה. Drummond מציין כי ההתייחסות למגוון סוגים של גבריות וליכולת לעבור ממצג גברי אחד למשנהו הייתה ייחודית לגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, ולא הופיעה במחקרים קודמים שערך, בהם ראיין גברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית.

טענה דומה עולה גם ממחקר כמותני שערכו Pachankis and Goldfried (2006), בו נמצא כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית דיווחו על חשש רב יותר מפני הערכה שלילית מצד אנשים אחרים, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרנסקסואלית. כמו כן, 75% מהגברים שדיווחו על נטייה

מיניית הומוסקסואלית, דיווחו כי שינו בעבר את התנהגותם במטרה להסתיר את נטייתם המינית. Pachankis and Goldfried הסבירו את ממצאיהם בכך שאנשים המשתייכים למיעוטים מיניים עסוקים באופן קבוע בניטור עצמי, וכי הדבר עשוי לנבוע מפחד להפוך לקורבן להתעללות על רקע השתייכותם למיעוט מיני. ממצאים אלה ניתן לשער כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית עסוקים יותר מאשר גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית באופן בו הם נתפסים על-ידי האנשים שמסביבם.

ד. הקשר בין סגנון הצגה עצמית, רגישות למסרים חברתיים ואכילה מופרעת

לפי Wolfe, Lennox and Cutler (1986), אנשים נוטים להציג את עצמם בחברה באחד משני סגנונות: סגנון הצגה עצמית הגנתי (Protective style of self-presentation) וסגנון הצגה עצמית הישגי (Acquisitive style of self-presentation). המניע המרכזי בסגנון ההגנתי הוא לזכות בקבלה ואישור מצד הסביבה. סגנון זה מאופיין בהימנעות מעונשים, ומקושר לאיפוק, קונפורמיות ולחרדה חברתית. מנגד, בסגנון ההישגי המניע המרכזי הוא השגת כוח שליטה ומעמד, והוא מאופיין בחיפוש רווחים. החלוקה לשני דפוסים של הצגה עצמית מתבססת על מחקר של Lennox and Wolfe (1984), אשר בנו שני מדדים מובחנים להערכה של סגנון הצגה עצמית: מדד הדאגה למותאמות (Concern for appropriateness) ו-Self monitoring (CAS ; scale), אשר נמצא כמקושר לסגנון הצגה עצמית הגנתי, ומדד הניטור עצמי (Self monitoring ; SMS ; scale), אשר נמצא כמקושר לסגנון הצגה עצמית הישגי. במחקרים אשר התבססו על המדדים של Wolfe ו-Lennox, נמצא כי אנשים הנוטים לסגנון הצגה עצמית הגנתי (כלומר, גבוהים במדד ה-CAS) הינם רגישים יותר לשכנוע כצרכנים (Salma & Celuch, 1995), וכי מדד ה-CAS הינו במתאם שלילי עם הערכה עצמית, אינדיבידואציה, אקסטרוברטיות ויציבות נפשית, ובמתאם חיובי עם פרפקציוניזם והתנהגויות חברתיות לא מסתגלות (Bachner-Melman, Zohar et al., 2009).

נראה כי יש בסיס להניח כי קיים קשר בין סגנון הצגה עצמית הגנתי ודאגה למותאמות חברתית לבין פתולוגיה של אכילה. לפי Zohar, Bachner-Melman ועמיתיהן (2009), הן הפרעות אכילה והן סגנון הגנתי קושרו בעבר לערך עצמי נמוך, לפרפקציוניזם ולהתנהגויות חברתיות לא מסתגלות. יתרה מכך, אנשים עם הפרעות אכילה נוטים להיות עסוקים באופן מוגזם באופן בו אחרים מעריכים אותם, והם רגישים יותר לרמזים חברתיים. נמצא כי הנטייה להתעלם מצרכי העצמי ולהתמקד ברצונות ובציפיות של אנשים אחרים (Selflessness) קשורה לחומרה של סימפטומים של אנוורקסיה נרבוזה בהווה בקרב נשים (Bachner-Melman, Zohar, Ebstein, & Bachar, 2007), והופעה עתידית של התנהגויות מופרעות בנוגע

לאכילה בקרב נערות (Bachar, Gur, Canetti, Berry, & Stein, 2010). בהתאם לכך, Bachner-Melman, Zohar ועמיתיהן (2009) מצאו כי נשים המאובחנות באנורקסיה נרבוזה דיווחו על דאגה רבה יותר למותאמות חברתית בהשוואה לנשים אשר החלימו מאנורקסיה נרבוזה באופן חלקי או מלא. נשים ללא היסטוריה של הפרעות אכילה דיווחו על רמה נמוכה יותר של דאגה למותאמות בהשוואה לנשים עם רקע של הפרעות אכילה בעבר או בהווה. בנוסף, נמצא קשר חיובי בין סגנון הגנתי לבין אכילה מופרעת, המתווך על ידי הפנמה של עמדות חברתיות בנוגע להופעה חיצונית. Bachner-Melman, Zohar ועמיתיהן הציעו, כפרשנות לממצא זה, כי נשים המוטרדות יותר ממותאמות חברתית, נוטות להפנים עמדות חברתיות בנוגע להופעה חיצונית, אשר עשויות להשפיע על ההתנהגות שלהן בנוגע לאכילה. יתכן כי כשם שאנשים הנוטים לסגנון הצגה עצמית הגנתי, הינם רגישים לשכנוע כצרכנים (Salma and Celuch, 1995), כך הם גם רגישים להשפעה של מסרים אשר מקדמים אידיאל גוף מסוים.

ה. מטרות והשערות המחקר הנוכחי

לאור הממצאים והטענות שהוצגו לעיל, נראה כי רגישות למסרים חברתיים ודאגה למותאמות חברתית עשויות לאפיין הן אנשים הגבוהים במדדים של אכילה מופרעת וחוסר שביעות רצון מגופם, והן גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או ביסקסואלית. מטרת המחקר הנוכחי הייתה לבדוק האם הקשר בין רגישות למסרים חברתיים לבין עמדות ביחס לגוף ולאכילה עשוי להסביר, גם אם באופן חלקי, את השיעור הגבוה יחסית של אכילה מופרעת בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית. לשם כך נבדקה גם רגישות למסרים חברתיים המועברים בתקשורת בינאישית, וגם למסרים חברתיים המועברים באמצעות תקשורת ההמונים. ראשית, שוער כי ביחס לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית ידווחו על שביעות רצון פחותה מגופם ועל רמה גבוהה יותר של אכילה מופרעת. שנית, שוער כי בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית יביעו דאגה גבוהה יותר למותאמות חברתית ויתארו נטייה חזקה יותר להפנים מסרים חברתיים, בין אם הם קשורים להופעה חיצונית ובין אם לאו. לאחר מכן, נבדק האם רגישות למסרים חברתיים מהווה גורם מתווך בקשר בין נטייה מינית לבין עמדות לגבי גוף ואכילה בקרב הגברים שהשתתפו במחקר. כמו כן, נעשה ניסיון לבדוק האם בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או ביסקסואלית קיימת רגישות גבוהה יותר למסרים חברתיים הקשורים בהופעה חיצונית ובמבנה גוף, או שמא רגישותם למסרים חברתיים אינה ייחודית למסרים אלה.

שיטה

א. משתתפים

במחקר השתתפו 283 גברים בגילאי 18-35 (גיל ממוצע: 26.9). 272 משתתפים גויסו דרך תפוצת המייל של כותב העבודה ודרך קישור שהופץ ברשת החברתית Facebook. למשתתפים הובטח להיכנס להגרלה של ארבעה פרסים בשווי 350 ש"ח כל אחד, וכן הוצע להם לקבל משוב על ציוניהם במדדים השונים שנמדדו. 11 משתתפים נוספים היו סטודנטים לתואר ראשון במדעי ההתנהגות במרכז האקדמי "רופין", אשר השתתפו במחקר בתמורה לנקודות קרדיט בקורס "מבוא לפסיכולוגיה". 259 מהמשתתפים היו דוברי עברית, ו-29 היו דוברי אנגלית. לדוברי העברית נשלחו השאלונים בעברית, ולדוברי האנגלית – באנגלית. המחקר הוצג לכל המשתתפים כמחקר שנועד לבדוק עמדות חברתיות של גברים.

ב. כלים

1. The Kinsey Scale (Kinsey, Pomeroy, & Martin, 1948): סולם המודד נטייה מינית מתוך הנחה כי הומוסקסואליות והטרנסקסואליות אינן קטגוריות דיכוטומיות, וכי אנשים רבים חשים מידה מסוימת של משיכה מינית לשני המינים. בהתאם לכך, הסולם מייצג נטייה מינית באמצעות רצף הנע בין 1 (הטרנסקסואלית באופן בלעדי) ל-7 (הומוסקסואלית באופן בלעדי). כמו כן, הוא כולל קטגוריה המכונה קטגוריה X (X category), אשר מייצגת א-מיניות (כלומר, היעדר משיכה מינית). Kinsey ועמיתיו התייחסו לנטייה מינית כמורכבת מהתנהגות מינית (Sexual behavior; כלומר, התנסויות מיניות קודמות עם גברים ו/או עם נשים) ומפנטזיה מינית (Sexual fantasies; כלומר, עוררות מינית כתוצאה ממחשבה על גברים ו/או נשים). מחקרים מאוחרים יותר אשר עשו שימוש בסולם, הפיקו באמצעותו שני ציונים נפרדים אשר ייצגו את שני הגורמים הללו (Sell, 1997). מחקרים עכשוויים נוהגים להציג לנבדקים שתי שאלות: אחת בנוגע להתנהגות ואחת בנוגע לפנטזיה, ולבקש מהם לענות עליהן באמצעות הסולם (למשל, Carper, Negy, & Tantleff-Dunn, 2010). כך נעשה גם במחקר הנוכחי. השאלון, על גרסאותיו השונות, נמצא בשימוש נרחב במחקרים שונים וגם בשאלונים פופולאריים באינטרנט, ומרבית האנשים מצליחים לייצג את נטייתם המינית באמצעותו (Drucker, 2012).

2. Eating Attitudes Test-26 (EAT-26; Garner, Olmsted, Bohr, & Garfinkel, 1982): שאלון המונה 26 פריטים, אשר נועדו להעריך התנהגויות ועמדות מופרעות הקשורות לאכילה. השאלון מהווה גרסה מקוצרת של שאלון ה-EAT-40 (Garner & Garfinkel, 1979). גרסה זו נמצאה

במתאם גבוה מאוד עם השאלון המקורי ($r=0.98$) וכבעלת מהימנות גבוהה. היא תוקפה על מדגם של 160 נשים עם הפרעות אכילה ו-140 נשים ללא רקע קליני, ששימשו כקבוצת ביקורת (Garner et al., 1982). השאלון כולל שלושה תתי-סולמות: דיאטה (Dieting) הכולל פריטים כמו: "אני מגלה עיסוק-יתר בשאיפה להיות רזה יותר", בולימיה (Bulimia) הכולל פריטים כמו: "אני מקיא לאחר הארוחות", ושליטה אוראלית (Oral control) הכולל פריטים כמו: "לוקח לי יותר זמן מאשר לאחרים לאכול את הארוחות". המענה על הפריטים הינו על סולם ליקרט בן שש רמות הנעות בין "אף פעם" ל"תמיד". לצורך ביצוע סקירה להפרעות אכילה ניתן ציון 0 לשלוש הרמות המייצגות שכיחות נמוכה יחסית ("אף פעם"), "לעיתים רחוקות" ו"לפעמים"), וציונים 1-3 לרמות המייצגות שכיחות גבוהה יותר בהתאמה. בעוד שציונים גבוהים ב-EAT-26 אינם מעידים בהכרח על הפרעת אכילה, Garner ועמיתיו מצאו כי קביעת נקודת חתך בציון 20 אבחנה נכון 83.6% מהמקרים. במחקר עדכני יותר נמצא כי מידת הדיוק של השאלון בזיהוי הפרעת אכילה לפי ה-DSM-IV הייתה 90% (Mintz & O'Halloran, 2000). לצורך הניתוח במחקר זה, ניתן ציון הנע בין 0 ל-5, במטרה להגדיל את השונות, כפי שבוצע במחקרם של Zohar, Bachner-Melman ועמיתיהן (2009). במחקר הנוכחי נמצאה מהימנות גבוהה לשאלון הכללי ולתת הסולם דיאטה (שיעורי אלפא של קרונבאך: 0.86 ו-0.89 בהתאמה) ומהימנות בינונית עבור תתי הסולם בולימיה ושליטה אוראלית (שיעורי אלפא של קרונבאך: 0.63 ו-0.63 בהתאמה).

3. **Body Shape Questionnaire** (BSQ; Cooper, Taylor, Cooper, & Fairburn, 1987)

(1987): במקור כלל השאלון 34 פריטים שנועדו להעריך דאגות בנוגע לגזרת הגוף, אשר מהוות מרכיב חשוב בדימוי הגוף. השאלון נמצא במתאם עם מדדים אחרים של דימוי גוף ועם שאלון ה-EAT, והוא תוקף על מדגם שכלל נשים עם רמות שונות דאגות לגבי גזרת גופן וכן נשים עם הפרעות אכילה. במחקר הנוכחי נעשה שימוש באחת הגרסאות המקוצרות של השאלון הכוללות שמונה פריטים כל אחת. גרסאות אלה תוקפו על מדגם של 342 נשים. נמצא כי הן בעלות מהימנות גבוהה (שיעורי אלפא קרונבך: 0.92-0.87), ונמצאות במתאם של 0.96-0.99 עם השאלון המקורי (Evans & Dolan, 1993). הגרסה בה נעשה שימוש במחקר הנוכחי, היא הגרסה שנמצאה כבעלת הנתונים הפסיכומטריים הגבוהים ביותר והרגישות הגבוהה ביותר (Pook, Tuschen-Caffier, & Brähler, 2008). השאלון מורכב מסולם אחד הכולל פריטים כמו: "האם חשת גדול ומעוגל במידה מוגזמת". המענה על הפריטים הינו על סולם ליקרט בן שש רמות הנעות בין "תמיד" ל"אף פעם". במחקר הנוכחי מהימנות השאלון הייתה גבוהה (שיעור אלפא של קרונבאך: 0.91).

4. Morrison, Morrison,) **Drive for Muscularity Attitude Questionnaire**

(DMAQ ; Hopkins, & Rowan, 2004): שאלון דיווח עצמי אשר נבנה לצורך מדידת שאיפתם של גברים להשיג מראה גוף שרירי יותר. השאלון מורכב מסולם אחד הכולל שמונה פריטים כמו: "הלוואי שהרגליים שלי היו שריריות יותר". המענה על הפריטים הינו על סולם ליקרט בן חמש רמות הנעות בין "לא מסכים כלל" ל"מסכים בהחלט". השאלון תוקף על-ידי מחבריו באמצעות שלושה מדגמים של 304, 412 ו- 250 גברים. בין היתר, נמצא מתאם חיובי בין ציוני השאלון לבין דיווח על התנהגויות שנועדו לפתח שרירים (למשל, צריכת חלבונים, הרמת משקולות ושימוש בסטרואידים). כמו כן, ציוני השאלון נמצאו במתאם שלילי עם מידת שביעות הרצון מהשרירים (Morrison & Harriman, 2005). במחקר הנוכחי מהימנות השאלון הייתה גבוהה (שיעור אלפא של קרונבאך: 0.82).

5. BIG; Hildebrandt, Langenbucher, & Schlundt,) **Bodybuilder Image Grid**

(2004): שאלון שנבנה לצורך מדידת הפרעות בתפיסת דימוי הגוף ומבנה הגוף האידיאלי. בשאלון מוצגת לנבדק טבלה הכוללת 30 איורים של דמויות גבריות. הדמויות נבדלות זו מזו בשני מימדים: מסת שריר ושומן הגוף. כל דמות מוצגת במבט מלפנים ובצדודית, ומיוצגת על-ידי שני ציונים: ציון שומן הגוף הנע בין 1 (שומן גוף נמוך באופן קיצוני) ל- 6 (שומן גוף גבוה באופן קיצוני) וציון מסת שריר הנע בין 1 (מסת שריר נמוכה באופן קיצוני) ל- 5 (מסת שריר גבוהה באופן קיצוני). בגרסה המקורית של השאלון התבקשו הנבדקים לציין איזו דמות מייצגת את צורת הגוף הנוכחית שלהם, את צורת הגוף האידיאלית בעיניהם, את צורת הגוף הנתפסת בעיניהם כאטרקטיבית ביותר ואת צורת הגוף הנתפסת כאטרקטיבית בעיני בני המין השני. במחקר הנוכחי נשאלו המשתתפים רק על צורת הגוף הנוכחית שלהם ועל צורת הגוף האידיאלית בעיניהם. הפרעה בתפיסת דימוי הגוף מחושבת בנפרד לשומן ולמסת שריר על-ידי הפחתת המספר המייצג את מבנה גופו של הנבדק (כפי שהוא תופס אותו), מהמספר המייצג את מבנה הגוף הנתפס בעיניו כאידיאלי. מהימנות המבחן החוזר של השאלון נמצאה כטובה עד מצוינת ($r=0.77-0.94$). השאלון נמצא כבעל תוקף מתכנס ומבחין, כך שהשאלות הרלוונטיות נמצאו במתאם עם מדדים של שאיפה למבנה גוף רזה יותר או שרירי יותר (Hildebrandt et al., 2004).

6. (CAS; Lennox & Wolfe, 1984) **Concern for Appropriateness Scale**

המונה 20 פריטים, ומודד נטייה לעמדה חברתית פאסיבית ונמנעת וחשש מלהיות שונה או לבלוט. בהתאם לכך, הוא גם מודד נטייה לסגנון הצגה עצמית הגנתי (Wolfe, Lennox, & Cutler, 1986). השאלון מורכב משני תתי-סולמות. תת-הסולם הראשון מונה שבעה פריטים, ומתייחס להתנהגות במצבים שונים (Cross-) (CSV ; Situational variability subscale). הוא כולל פריטים כמו: "בנסיבות חברתיות שונות, יש לי

היכולת לשנות את התנהגותי אם אני מרגיש שמשוהו אחר מתאים יותר". תת-הסולם השני מונה 13 פריטים, ומתייחס לערנות למידע הנוגע להשוואה חברתית (Attention to social comparison ; ATCSI ; information subscale). הוא כולל פריטים כמו: "המבט הקל ביותר של ביקורת בעיניו של אדם שאתו אני בקשר כלשהו, די בו כדי לגרום לי לשנות את גישתי". המענה על הפריטים נע בין 0 (כלל לא מסכים) ל- 5 (מסכים בהחלט). השאלון נמצא בעבר כבעל עקיבות פנימית גבוהה, עם שיעורי אלפא של קרונבאך הנעים בין 0.82 לבין 0.89 (Cutler & Wolfe, 1985). במחקר הנוכחי מהימנות השאלון ותתי הסולמות ATSCI ו- CSV הייתה גבוהה (שיעורי אלפא של קרונבאך: 0.85, 0.81 ו- 0.82 בהתאמה).

7. **The Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3 (SATAQ-3)**

(Thompson, Van den Berg, Roehrig, Guarda, & Heinberg, 2004): השאלון נועד למדוד השפעה חברתית על דימוי גוף ועל אכילה, והוא כולל התייחסות להכרה ולהפנמה של מסרים חברתיים בנוגע להופעה חיצונית. SATAQ-3 מהווה עדכון של שתי הגרסאות הקודמות של שאלון ה- SATAQ (Heinberg, Thompson, & Stormer, 1995; Thompson et al., 1999). הוא כולל ארבעה תתי-סולמות: הפנמת מסרים כלליים בנוגע להופעה חיצונית (IG ; Internalization-general), הפנמת מסרים הקשורים לספורט (IA ; Internalization-athlete), תפיסת המדיה כגורמי-לחץ בנוגע להופעה חיצונית (Pressures) ותפיסת אמצעי התקשורת כספקי-מידע בנוגע להופעה חיצונית (Information). במחקר הנוכחי נעשה שימוש בשני תתי-הסולמות הראשונים המתייחסים להפנמת מסרים כלליים בנוגע להופעה חיצונית (למשל: "אני משווה את הגוף שלי לגופם של אנשים מהטלוויזיה") ולהפנמת מסרים הקשורים לספורט (למשל: "אני משווה את גופי לגופם של אנשים אתלטיים"). הסולמות כוללים תשעה וחמישה פריטים בהתאמה. המענה עליהם הוא באמצעות סולם ליקרט בעל חמש רמות הנעות בין "לא מסכים כלל" לבין "מסכים בהחלט". שני תתי-הסולמות נמצאו בעבר כבעלי עקיבות פנימית גבוהה עם שיעורי אלפא קרונבאך של 0.95-0.96 (Thompson et al., 2004). במחקר הנוכחי מהימנות כל אחד מתתי הסולמות הייתה גבוהה (שיעורי אלפא קרונבאך: 0.91 עבור תתל סולם הפנמת מסרים כלליים נוגע להופעה חיצונית ו- 0.79 עבור תת-סולם הפנמת מסרים הקשורים לספורט).

8. **תת סולם Normative Influence מתוך השאלון: Consumer Susceptibility to**

Interpersonal Influence (CSII; Bearden, Netemeyer, & Teel, 1989): תת הסולם, אשר כולל שמונה פריטים, מהווה חלק משאלון שנועד למדוד רגישות להשפעה בינאישית בזירה הצרכנית. השאלון מבוסס על ההנחה שקיימת שונות במידה בה אנשים מושפעים מדעותיהם של אחרים בעת קבלת החלטות

צרכניות, וכי שונות זו קשורה בגורם אישיותי. השאלון מורכב משני תתי-סולמות: רגישות להשפעה אינפורמטיבית (Informational influence; כלומר, נטייה לקבל מידע מאחרים כעובדות אודות המציאות) ורגישות להשפעה נורמטיבית (Normative influence; כלומר, נטייה לעמוד בציפיותיהם של אחרים). תת-הסולם המתייחס לרגישות להשפעה נורמטיבית, אשר בו נעשה שימוש במסגרת המחקר הנוכחי, כולל פריטים כמו: "חשוב שאחרים יאהבו את המוצרים והמותגים שאני קונה". המענה על הפריטים הוא על סולם ליקרט בעל שבע רמות הנעות בין "מסכים בהחלט" ל"לא מסכים כלל". השאלון נבדק ותוקף על-ידי Schroeder (1996). הבדיקה אישרה את חלוקת השאלון לשני תתי-סולמות, ונמצאה מהימנות עקיבות פנימית של 0.89 עבור תת-הסולם המודד השפעה נורמטיבית. לצורך המחקר הנוכחי שונה אחד הפריטים, אשר מתייחס לרכישה של מוצרי אופנה, כך שיתייחס לרכישת מוצרים באופן כללי. הסיבה לכך היא שאופנה קשורה גם להופעה חיצונית, ולכן פריט זה עשוי להוסיף שונות שאינה נובעת מרגישות להשפעה, אלא מעיסוק בהופעה חיצונית. בהתחשב במטרות המחקר הנוכחי, נראה כי שינוי קל זה מאפשר להשתמש בשאלון כמדד לרגישות להשפעה שהוא ניטרלי מבחינת העיסוק בהופעה חיצונית. מהימנות השאלון, לאחר שינוי פריט זה הייתה גבוהה (שיעור אלפא של קרונבאך : 0.9).

9. תת הסולמות Scarcity ו-Authority מתוך השאלון: Susceptibility Questionnaire

(SQ; Kaptein, Markopoulos, de Ruyter, & Aarts, 2009): שני תתי-הסולמות, הכוללים שני פריטים כל-אחד, מהווים חלק משאלון המודד רגישות לאסטרטגיות שונות של שכנוע. השאלון מתבסס על שישה עקרונות מרכזיים של שכנוע, אשר כל אחד מהם מיוצג על-ידי שתי שאלות. לפי Kaptein ועמיתיו, ממוצע ציוני התשובות בשאלון מהווה מדד למידת הרגישות לשכנוע. מדד זה נמצא כבעל עקיבות פנימית מספקת (אלפא-קרונבך : 0.609). כמו כן, נראה כי ניתן להפיק באמצעות השאלון שישה ציונים נפרדים, אשר מייצגים רגישות לכל אחד מעקרונות השכנוע בנפרד. שני תתי-הסולמות בהם נעשה שימוש במחקר הנוכחי מודדים רגישות לעקרון הנדירות (Principle of scarcity; כלומר, אנשים נוטים להעריך יותר דברים הנתפסים כנדירים) ולעיקרון הסמכות (Principle of authority; כלומר, אמירה מפי מקור בר-סמכא נתפסת כמשכנעת יותר). שאלות לדוגמא מתוך השאלון הינן: "אני מאמין שמוצרים נדירים הם בעלי ערך רב יותר ממוצרים המיוצרים בייצור המוני" (מודדת רגישות לעקרון הנדירות) ו"אני תמיד נשמע להמלצות של רופא המשפחה שלי" (מודדת רגישות לעיקרון הסמכות). הבחירה להתמקד בעקרונות אלה נבעה מהשערה כי הם מוסיפים מידע שאינו קיים בשאלונים האחרים בהם נעשה שימוש במחקר. נראה כי העקרונות הנותרים: הדדיות (Reciprocation), מחויבות (Commitment), קונצנזוס (Consensus) וחיבה (Liking) מתייחסים למושגים המיוצגים בשאלונים CSII ו-CAS. במחקר הנוכחי מהימנות תתי-

הסולמות הייתה נמוכה גם כאשר חושבה עבור כל אחד מהם בנפרד (שיעורי אלפא של קרונבאך : 0.53 עבור כל תת-סולם בנפרד), וגם כאשר חושבה עבור שניהם ביחד (שיעור אלפא של קרונבאך : 0.57).

10. הערכת השפעה של מודעות פרסומיות : לצורך הערכת ההשפעה של מודעות פרסומיות

הוצגו למשתתפים במחקר עשרה מסרים פרסומיים אשר כללו ארבע מודעות הקשורות להופעה חיצונית, ושש מודעות פרסומיות אשר אין להן כל קשר להופעה חיצונית או לאכילה. מתוך המודעות שקשורות להופעה חיצונית, בשתי מודעות הופיע דוגמן גבר, באחת הופיעה דוגמנית אישה, ובאחת הופיעו גם גבר וגם אישה. מתוך המודעות שאינן קשורות להופעה חיצונית, בארבע מודעות לא הופיעה דמות אנושית, באחת הופיע דוגמן גבר ובאחת הופיעה דוגמנית אישה. חמש מהמודעות הללו שיווקו מוצר מסחרי, ומודעה אחת קראה לקדם עצומה חברתית למען שימור חופים. המודעות לוקטו מתוך מאגר התמונות באתר google.com ומאתר atzuma.co.il, אשר מפרסם עצומות חברתיות. תהליך בחירת המודעות כלל התייעצות עם עמיתים. נעשה ניסיון להקפיד על פרסומות אשר כוללות רמת פרטים דומה במידת האפשר, מציגות את המוצר או המותג המפורסם באופן ברור, ואינן כוללות התייחסות למבצעי קידום מכירות. בגרסה האנגלית של השאלונים הוחלפו שתי מודעות אשר היו מותאמות לאנשים המתגוררים בישראל. הן הוחלפו במודעות באנגלית אשר קידמו מסר דומה תוך שימוש בגראפיקה דומה עד כמה שניתן למודעות המקוריות. עם הצגת כל אחד מהמסרים הפרסומיים הוצגו לנבדקים שתי שאלות המתייחסות אליו. השאלה הראשונה הייתה "האם הפרסומת גרמה למוצר להראות אטרקטיבי (או חשוב) יותר?", והמענה עליה היה באמצעות סימון מספר בין 0 ל-9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות (או החשיבות)", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות". השאלה השנייה הייתה "איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתרכוש או תשתמש במוצר?", והמענה עליה היה באמצעות סימון מספר בין 0 ל-9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שארכוש או אשתמש במוצר", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שארכוש או אשתמש במוצר". שתי השאלות מתייחסות לשני מדדים מקבילים הקיימים בשאלון ה-SATAQ (Heinberg et al., 1995): הכרה במסרים חברתיים (Awareness) והפנמה שלהם (Internalization). השאלה בנוגע לאטרקטיביות מתייחסת למידת ההכרה בכך שהפרסומת מקדמת מסר חברתי מסוים (כלומר, מנסה לגרום למוצר להיראות מוערך יותר); השאלה בנוגע להשפעה על השימוש האישי מתייחסת למידת הנכונות לרכוש את המוצר, ולכן מתייחסת להפנמה של המסר השיווקי. מהימנות המדד להערכת השפעתן של הפרסומות הייתה גבוהה (שיעור אלפא של קרונבאך : 0.91). כמו כן, נמצאה מהימנות גבוהה גם כאשר חולקו המודעות לשתי קבוצות: מודעות שקשורות להופעה חיצונית ומודעות שאינן קשורות להופעה חיצונית (שיעורי אלפא של קרונבאך היו 0.85 עבור כל אחת מהקבוצות בנפרד).

תרגום השאלונים : הגרסה המתורגמת לעברית של שאלון ה-EAT-26 (Koslowsky et al., 1992)

נמצאת בשימוש נרחב בישראל לצורך מטרות קליניות ומחקריות (Bachner-Melman, Zohar et al., 2009). גרסה עברית לשאלון ה-CAS הוצגה על-ידי Bachner-Melman, Bacon-Shnoor, Zohar, Elizur, and Ebstein (2009), ונמצאה כמשחזרת את רוב המדדים הפסיכומטריים של הגרסה המקורית. גרסה עברית לשאלון ה-BIG הוצגה על-ידי בלך ודהן (2007) במסגרת עבודה סמינריונית. השאלונים SATAQ-3, CSII, BSQ, ו-SQ DMAQ תורגמו מאנגלית לעברית לצורך המחקר הנוכחי. הם תורגמו פעמיים מאנגלית לעברית על-ידי מגיש הצעה זו ועל-ידי עמית הלומד לתואר שני בהנדסה באוניברסיטת תל-אביב. המתרגמים הינם בעלי עברית כשפת-אם ושליטה מלאה באנגלית. לאחר מכן, בוצע תרגום לאחר מעברית לאנגלית באופן בלתי-תלוי על-ידי המנחה של מחקר זה, פסיכולוגית קלינית בעלת אנגלית כשפת-אם ושליטה מלאה בעברית. לגרסה הסופית נבחרו תרגומי הפריטים בהם נמצא דמיון מרבי בין הגרסה המקורית לבין הגרסה המתורגמת לאחר, תוך התבוננות רגישה ומעמיקה יותר במקרים של אי-התאמות בין הגרסאות. בתרגום שאלון ה-BSQ נעשה שימוש גם בגרסה עברית לשאלון שהוצגה על-ידי ספיבק (2010); הגרסה העברית של ה-BSQ, אשר בה נעשה שימוש הורכבה מפריטים שנכללו בתרגום של ספיבק ומפריטים משתי הגרסאות שנוצרו לצורך מחקר זה. כל השאלונים הוצגו לנבדקים בלשון זכר.

ג. הליך

איסוף הנתונים החל לאחר קבלת אישור מוועדת האתיקה במרכז האקדמי "רופין". חלק מהמשתתפים קיבלו פנייה אישית עם בקשה להשתתף במחקר באמצעות הדואר האלקטרוני או הרשת החברתית Facebook. בהודעה זו נשלח להם קישור לדף אינטרנט באתר Qualtrics.com אשר כלל את שאלוני המחקר, עליהם ניתן היה להשיב באופן מקוון. אותם משתתפים התבקשו להפיץ את הקישור לשאלונים לחבריהם. בנוסף, פורסם הקישור לשאלונים במגוון רחב של קבוצות ברשת החברתית Facebook. לסטודנטים אשר השתתפו במחקר במסגרת קורס "מבוא לפסיכולוגיה" נשלח הקישור לשאלונים דרך אתר האינטרנט של הקורס. טרם הצגת השאלונים הוצג למשתתפים טופס הסכמה מדעת, אותו הם התבקשו לאשר, ולאחר מכן לחתום בראשי תיבות. הצגת השאלונים לא התאפשרה ללא מתן אישור זה. לאחר מתן האישור, הוצגו למשתתפים שאלון פרטים דמוגרפיים, שאלון ה-Kinsey Scale, המודעות הפרסומיות בסדר רנדומאלי בליווי השאלות שמודדות את השפעתן, והשאלונים הבאים בסדר רנדומאלי: CAS, EAT-26, BSQ, BIG, SATAQ-3, CSII, ו-SQ DMAQ. עם סיום המענה על השאלונים, הוצע

למשתתפים להשאיר פרטי התקשרות לצורך קבלת מידע על תוצאות המחקר, קבלת משוב אישי והשתתפות בהגרלה. הוסבר להם כי פרטים אלה יישמרו בנפרד משאר תשובותיהם.

ד. מחקר מקדים

במחקר מגשש מקדים (פיילוט), התבקשו 30 משתתפים גברים, בני 18-35, לענות על שאלונים בהתנדבות. הם גויסו דרך פניות אישיות בדואר האלקטרוני למספר מכרים של מגיש העבודה. לנבדקים נשלח קישור לשאלונים באתר Qualtrics.com, אשר כלל את השאלונים שהוזכרו לעיל, למעט שאלון ה-DMAQ, ובתוספת של שאלון נוסף: The Selflessness Scale (Bachar et al., 2002). מדובר בשאלון שפותח במטרה להעריך את נטייתם של אנשים עם הפרעות אכילה להתעלם מהצרכים והאינטרסים של עצמם ולשרת אחרים, מתוך הנחה שמדובר במרכיב מהותי בדינאמיקה של הפרעות אלה. נעשה שימוש בגרסה המקורית של השאלון, אשר נכתבה בעברית. השאלון כולל 15 פריטים שהמענה עליהם הוא על סולם ליקרט בעל ארבע רמות הנעות בין "נכון מאוד" ל"לא נכון כלל". הוא מורכב מארבעה גורמים: הקרבה למען המשפחה (Sacrifice for Family; למשל: "אם אני משתמש במשהו ונראה לי שמישהו מבני הבית נזקק לאותו הדבר, בדרך כלל אפנה את מקומי"), הקרבה למען אחרים (Sacrifice for others; למשל: "אני נוטה לוותר לרצונותיהם של אחרים"), הכחשה עצמית (Delf-Denial; למשל: "הנאה עבור עצמי היא הדבר האחרון שחשוב לי") והיעדר עניין עצמי (Lack of Self-Interest; למשל, פריט הפוך: "לא נורא אם אנצל קצת אחרים"). במחקרים קודמים נמצא כי ציון גבוה בשאלון הינו במתאם עם חומרת התסמינים של אנורקסיה נרבוזה (Bachner-Melman, Zohar, Ebstein, & Bachar, 2006). וכי ציון גבוה בשאלון בקרב בנות בכיתה ז', ניבא עמדות והתנהגויות מופרעות בנוגע לאכילה כשנתיים מאוחר יותר (Bachar, Gur, Canetti, Berry, & Stein, 2010). עם זאת, במחקר המקדים לא נמצא קשר מובהק בין המדדים המתייחסים לאכילה מופרעת ולדימוי גוף שלילי לבין ה-Selflessness Scale. כמו כן, לא נמצא הבדל מובהק בין גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית לבין גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית בציוני שאלון זה. למרות שמעניין מאוד להבין מדוע לא נמצאו ממצאים אלה, נראה כי הדבר חורג מהנושא המרכזי של עבודה זו. לפיכך, ולאור העובדה שמשתתפים רבים ציינו כי המענה על השאלונים גזל מהם זמן, וביקשו להפחית במספר השאלות, הוחלט לוותר על שאלון ה-Selflessness Scale במערך הסופי של המחקר, ולהציע להמשיך לחקור את הנושא במסגרת מחקרי המשך.

שינוי נוסף שבוצע בעקבות המחקר המקדים היה באופן הערכת ההשפעה של מודעות פרסומיות באמצעות הכלי שנבנה לצורך המחקר. במחקר המקדים הוצגו למשתתפים שש מודעות פרסומיות, והם

נדרשו להעריך את השפעתן עליהם על גבי סולם בן ארבע רמות. במטרה להגדיל את השונויות ולהפוך את הכלי לרגיש יותר, הוחלט להוסיף ארבע מודעות נוספות למערך הסופי ולבקש מהמשתתפים להעריך את השפעת המודעות עליהם באמצעות סולם בן עשר רמות. השאלות שנשאלו המשתתפים לאחר כל מודעה נשארו ללא שינוי.

ממצאים

א. מאפייני המדגם

283 גברים בגילאי 18-35 השיבו על שאלוני המחקר. בנוסף, משתתף אחד שהיה מתחת לגיל 18 וארבעה משתתפים שהיו מעל לגיל 35 השיבו על השאלונים, אך תשובותיהם לא נכללו בניתוח הנתונים מאחר שהיו מחוץ לטווח הגילאים שהוגדר. מבין המשתתפים שהיו בטווח הגילאים שהוגדר, הוחלט לכלול בניתוח הנתונים רק משתתפים אשר דיווחו כי חוו התנסויות מיניות ופנטזיות מיניות. לפיכך, נתונים של 21 משתתפים אשר דיווחו כי לא חוו התנסויות או פנטזיות, לא נכללו בניתוח הסטטיסטי. מתוכם, 11 משתתפים דיווחו על פנטזיות מיניות ללא התנסויות מיניות, משתתף אחד דיווח על התנסויות מיניות ללא פנטזיות מיניות, ושישה משתתפים דיווחו כי לא חוו התנסויות ולא חוו פנטזיות מיניות. נראה כי מדובר בשלוש קבוצות ייחודיות של משתתפים, אשר עשוי להיות ערך בהתבוננות מעמיקה יותר בהן, אולם גודלן הקטן במדגם הנוכחי לא מאפשר להסיק מסקנות סטטיסטיות אודותיהן.

262 משתתפים אשר דיווחו על ניסיון מיני ועל פנטזיות מיניות, סווגו לשתי קטגוריות של נטייה מינית בהתאם לציוניהם בסולם Kinsey. התפלגות הציונים בשאלון מתוארת באיור 1. בקטגוריה הראשונה נכללו משתתפים אשר דיווחו על נטייה מינית הטרוסקסואלית. משתתפים אלה היו המשתתפים אשר קיבלו את הציונים 0 או 1 בסולם Kinsey (כלומר, דיווחו על נטייה הטרוסקסואלית מוחלטת או על נטייה שהיא בעיקר הטרוסקסואלית עם פנטזיות או התנהגויות הומוסקסואליות בודדות). בקטגוריה השנייה נכללו משתתפים אשר דיווחו על נטייה מינית הומוסקסואלית או ביסקסואלית. משתתפים אלה היו המשתתפים אשר קיבלו את הציונים 2 עד 6 בסולם Kinsey (כלומר, דיווחו על נטייה הומוסקסואלית מוחלטת או עיקרית, על נטייה ביסקסואלית או על התנסויות או פנטזיות הומוסקסואלית מזדמנות).

מכיוון שהיו מעט משתתפים אשר דיווחו על נטייה מינית ביסקסואלית, לא ניתן היה לכלול אותם בקטגוריה נפרדת. בבדיקה מקדימה שנערכה, נמצא כי ציוניהם של משתתפים אלה במדדים השונים היו דומים יותר לממוצעים של קבוצת ההומוסקסואלים מאשר לממוצעים של קבוצת ההטרוסקסואלים. כמו כן, במבחן T למדגמים בלתי תלויים לא נמצאו הבדלים מובהקים בין גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית לבין גברים נטייה מינית ביסקסואלית במדדים של אכילה מופרעת, דימוי גוף, שאיפה לשריריות, דאגה למותאמות חברתית, הפנמה של מסרים מהתקשורת בנוגע לגוף, ורגישות להשפעת פרסומות הקשורות להופעה חיצונית ($p > 0.05$). לפיכך, הוחלט לכלול אותם באותה קטגוריה עם משתתפים שדיווחו על נטייה מינית הומוסקסואלית. נראה כי להחלטה זו יש גם צידוק תיאורטי, שכן הן במיניות ההומוסקסואלית והן במיניות הביסקסואלית יש מידה מסוימת של משיכה לבני אותו מין, ושתייהן נתפסות על-ידי העמדה ההטרו-נורמטיבית כמיניות חורגות.

97.33% מהמשתתפים סווגו לאותה קטגוריה הן על פי הפנטזיה המינית שלהם והן לפי ההתנהגות המינית שלהם. שבעה משתתפים דיווחו על פער ניכר בין הפנטזיה המינית לבין ההתנהגות המינית, כאשר אצל כולם ההתנהגות הייתה בטווח שהוגדר כהטרסקסואלי, והפנטזיה בטווח שהוגדר כביסקסואלי. הוחלט לסווג משתתפים אלה לפי הפנטזיה המינית שלהם, מתוך הנחה כי מדובר בנטייה מינית ביסקסואלית אשר לא הגיעה לכדי מימוש בהתנהגות, ומתוך הבנה כי במקרים רבים פנטזיות מיניות הומוסקסואליות מקדימות במספר שנים התנסויות הומוסקסואליות (Lehne, 1978; McDonald, 1982; Rosario, Schrimshaw, Hunter, & Braun, 2006). לאחר חלוקת המשתתפים לקבוצות באופן שתואר לעיל, קבוצת ההטרסקסואלים כללה 203 משתתפים (77.2% מכלל המדגם) וקבוצת ההומוסקסואלים והביסקסואלים כללה 59 משתתפים (22.4% מכלל

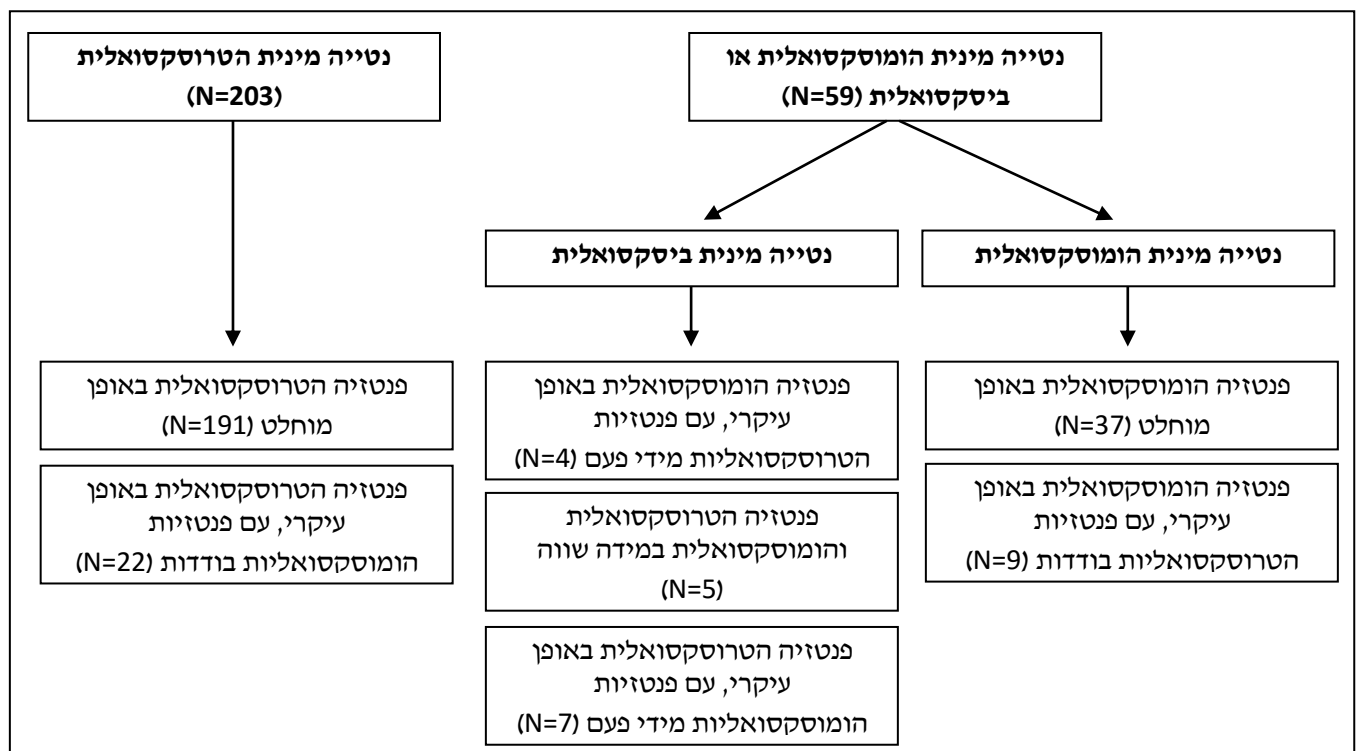
נתונים דמוגרפיים של משתתפי המחקר בחלוקה לשתי הקבוצות מוצגים בלוח 1. ניתן לראות כי ההבדל היחיד שנמצא כמובהק בין שתי הקבוצות הוא בסטאטוס הזוגי. שיעור המשתתפים שאינם בזוגיות היה גבוה יותר בקרב ההומוסקסואלים וביסקסואלים בהשוואה להטרסקסואלים. בנוסף, שיעור הנשואים בקרב הטרסקסואלים היה גבוה משיעור הנשואים בקרב ההומוסקסואלים וביסקסואלים. לעומת זאת, שיעור המשתתפים אשר דיווחו על זוגיות עם מגורים משותפים היה גבוה יותר בקרב ההומוסקסואלים וביסקסואלים בהשוואה להטרסקסואלים. בהקשר לכך יש לזכור כי במדינת ישראל, בה התגוררו מרבית המשתתפים, אין הכרה בנישואים חד-מיניים, וסביר להניח כי זו הסיבה לשיעור הנשואים הנמוך בקרב קבוצת ההומוסקסואלים והביסקסואלים. כאשר מאחדים בין קטגוריות הנשואים לבין קטגוריות הזוגיות עם מגורים משותפים מצטמצם הפער. בקטגוריה מאוחדת זו משתייכים 38.9% מהמשתתפים ההטרסקסואלים ו-33.9% מהמשתתפים ההומוסקסואלים והביסקסואלים. לאחר איחוד הקטגוריות, ההבדל בין שתי הקבוצות במשנה הסטאטוס הזוגי הופך ללא מובהק.

במטרה לבדוק האם קיים קשר בין המשתתפים הדמוגרפיים הרציפים לבין משתני המחקר, חושבו מתאמי פירסון בין גיל, השכלה וממוצע שנות השכלת ההורים לבין הציונים בשאלונים: EAT-26, BSQ, CAS, SATAQ-3 ושאלון השפעת המודעות הפרסומיות. בשאלונים שכוללים תתי סולמות, חושבו מתאמים גם עם תתי הסולמות. נמצאו קשרים מובהקים חלשים בין ממוצע שנות השכלת ההורים לבין הציונים בשאלון ה-EAT-26 ($r = -0.146, p < 0.05$), מידת ההשפעה של פרסומות הקשורות לגוף בשאלון השפעת המודעות הפרסומיות ($r = -0.133, p < 0.05$) וציוני ה-BMI ($r = -0.181, p < 0.01$). כמו כן, נמצאו קשרים מובהקים חלשים בין שנות השכלה לבין תת סולם הערנות להשוואה חברתית בשאלון ה-CAS ($r = 0.156, p < 0.05$) ובין גיל ל-BMI ($r = 0.249, p < 0.001$).

במטרה לבדוק האם קיים קשר בין המשתנים הדמוגרפיים שאינם רציפים לבין משתני המחקר, בוצעו ניתוחי שונות חד-גורמיים (One-way ANOVA) עם המשתנים: ארץ לידה, ארץ מגורים, מוצא, מידת דתיות, שפת מילוי השאלון וסטאטוס זוגי כמשתנים בלתי-תלויים, ומשתני המחקר שצוינו לעיל כמשתנים תלויים. ההבדל היחיד שנמצא מובהק היה בשונות ציוני ה-BMI בקרב משתתפים עם סטאטוס זוגי שונה: $F(2,233) = 9.427, p < 0.001$. נמצא כי ממוצע ציוני ה-BMI של משתתפים נשואים או בזוגיות עם מגורים משותפים (ממוצע: 25.77, סטיית תקן: 4.87) היה גבוה מזה של משתתפים שנמצאים בזוגיות ללא מגורים משותפים (ממוצע: 23.25, סטיית תקן: 3.32) ושל משתתפים שאינם בזוגיות (ממוצע: 23.49, סטיית תקן: 3.5). נראה כי ממצא זה קשור לכך שנמצא קשר בין גיל לבין BMI; סביר להניח כי משתתפים שנמצאים בזוגיות ארוכה יותר, הם גם מבוגרים יותר.

איור 1:

התפלגות הדיווחים על פנטזיה מינית בשתי קבוצות המחקר



נתונים דמוגרפיים: נתוני המדגם הכללי והשוואה בין שתי קבוצות המחקר

משתנה	הטרוסקסואלים (N=203)	הומוסקסואלים וביסקסואלים (N=59)	סטטיסטי	P value
גיל	ממוצע: 27.15 סטיית תקן: 3.99	ממוצע: 26.88 סטיית תקן: 4.41	t(260)=0.445	P=0.657
שנות השכלה	ממוצע: 14.31 סטיית תקן: 3	ממוצע: 14.68 סטיית תקן: 3.44	t(260)=-0.795	P=0.428
ממוצע שנות ההשכלה של ההורים	ממוצע: 14.11 סטיית תקן: 3.4	ממוצע: 13.34 סטיית תקן: 4.12	t(260)=1.451	P=0.148
ארץ לידה	ישראל	79.7%	$\chi^2(7)=4.357$	P=0.738
ברית המועצות	7.9%	5.1%		
מערב אירופה	5.4%	5.1%		
צפון אמריקה	3.9%	8.5%		
אוסטרליה	3.4%	1.7%		
דרום אפריקה	0.5%	0%		
דרום אמריקה	1.5%	0%		
אסיה והודו	0.5%	0%		
ארץ מגורים	ישראל	84.9%	$\chi^2(4)=2.751$	P=0.6
מערב אירופה	3.2%	7.5%		
צפון אמריקה	4.3%	5.7%		
אוסטרליה	3.8%	1.9%		
אסיה והודו	0.5%	0%		
מוצא (בקרוב דוברי העברית)	אשכנזי	50%	$\chi^2(2)=2.143$	P=0.343
ספרדי	20.9%	21.2%		
מערב	19.8%	28.8%		
מידת דתיות	חילוני	91.5%	$\chi^2(3)=4.351$	P=0.226
מסורתי	13.3%	5.1%		

		3.4%	5.4%	דתי	
		0%	1%	דתי מאוד	
P=0.739	$\chi^2(1)=0.111$	88.1%	89.7%	עברית	שפת מילוי
		11.9%	10.3%	אנגלית	השאלון
P=0.007	$\chi^2(3)=12.231^{**}$	50.8%	39.9%	לא בזוגיות	סטאטוס
	χ	15.3%	21.2%	בזוגיות ללא מגורים משותפים	זוגי
		27.1%	15.3%	בזוגיות עם מגורים משותפים	
		6.8%	23.6%	נשוי	
P=0.415	$\chi^2(2)=1.759$	94.9%	89.2%	ללא ילדים	מספר ילדים
		3.4%	6.9%	ילד אחד	
		1.7%	3.9%	שנים או יותר	

$^{**}p<0.01$

ב. הקשר בין נטייה מינית לבין עמדות בנוגע לגוף ואכילה

לצורך בחינת ההשערה לפיה גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או ביסקסואלית יהיו גבוהים מגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית במדדים הקשורים לעמדות בנוגע לאכילה ולדימוי גוף, נערכו מבחני T למדגמים בלתי תלויים, אשר השוו בין שתי הקבוצות במדדים השונים. תוצאות המבחנים הסטטיסטיים מוצגים בלוח 2. בהתאם להשערת המחקר, ניתן לראות כי נמצאו הבדלים מובהקים בשאלון ה- EAT-26, אשר מודד אכילה מופרעת, ובשאלון ה- BSQ, אשר מודד דימוי גוף שלילי, ומדגיש את השאיפה לרזון. בשני מדדים אלה ממוצע הציונים של קבוצת ההומוסקסואלים והביסקסואלים היה גבוה באופן מובהק מממוצע הציונים של קבוצת הטרוסקסואלים. מנגד, בשאלון ה- DMAQ, אשר מודד דימוי גוף, ומדגיש שאיפה לשריריות, לא נמצא הבדל מובהק בין שתי הקבוצות. בשאלון ה- BIG אשר מודד את הפער בין מבנה הגוף הנוכחי לבין מבנה הגוף האידיאלי, ומתייחס לכמות השומן בגוף ולמסת השריר, לא נמצאו הבדלים מובהקים בין שתי הקבוצות בשאיפה לרזון או בשאיפה לשריריות.

השוואה בין שתי קבוצות המחקר במדדים הקשורים לעמדות בנוגע לאכילה ולדימוי גוף

P value	סטטיסטי	הומוסקסואלים וביסקסואלים			הטרסקסואלים			שאלון	
		(SD)	M	N	(SD)	M	N		
P=0.217	t(233)=1.237	(5.5)	23.69	52	(3.74)	24.51	183	BMI	
P<0.001	t(233)=-3.896***	(0.66)	1.34	52	(0.53)	0.99	183	EAT-26	
P=0.037	t(231)=-1.796*	(0.99)	1.57	51	(1.09)	1.26	182	BSQ	
P=0.198	t(211)=-0.851	(0.89)	2.46	47	(0.69)	2.36	166	DMAQ	
P=0.069	t(232)=1.488	(0.97)	0.71	51	(1)	0.94	183	שומן	BIG
P=0.352	t(232)=-0.381	(0.97)	-0.78	51	(0.7)	-0.83	183	מסת שריר	

הערות: **BMI** : body Mass Index ; **EAT-26** : Eating Attitudes Test-26 ; **BSQ** : Body Shape Questionnaire ;

DMAQ : Drive for Muscularity Attitude Questionnaire ; **BIG** : Bodybuilder Image Grid

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

ג. הקשר בין נטייה מינית לבין רגישות למסרים חברתיים

לצורך בחינת ההשערה לפיה גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או ביסקסואלית יהיו גבוהים מגברים בעלי נטייה מינית הטרסקסואלית במדדים הקשורים לרגישות למסרים חברתיים נערכו מבחני T למדגמים בלתי תלויים, אשר השוו בין שתי הקבוצות במדדים השונים. תוצאות המבחנים הסטטיסטיים מוצגים בלוח 3. בהתאם להשערת המחקר, ניתן לראות כי נמצא הבדל מובהק במידת הדאגה למותאמות חברתית (CAS), כך שממוצע הציונים של גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים היה גבוה באופן מובהק מממוצע הציונים של גברים הטרסקסואלים. מהתבוננות בתתי הסולמות המרכיבים מדד זה, ניתן לראות כי היה הבדל מובהק במידת הערנות למידע הקשור להשוואה חברתית (תת סולם ASCII), אך לא בשונות התנהגותית בסיטואציות שונות (תת סולם CSV). כלומר, ניתן לומר כי גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים יותר ערניים מגברים הטרסקסואלים למידע הקשור להשוואה חברתית, אך לא ניתן לומר כי הם יותר נוטים לשנות את התנהגותם בהתאם להקשר החברתי.

הבדל נוסף אשר נמצא כמובהק בהתאם להשערת המחקר, היה במדד ההפנמה של מסרים כלליים בנוגע לגוף של מבחן ה-SATAQ-3. ממוצע הציונים של גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים היה גבוה באופן מובהק מממוצע הציונים של גברים הטרסקסואלים. מנגד, לא נמצא הבדל מובהק בין שתי הקבוצות

במדד ההפנמה של מסרים הקשורים למבנה גוף אתלטי ושרירי. כלומר, ניתן לומר כי גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים נוטים יותר מגברים הטרוסקסואלים להפנים את אידיאל היופי המוצג במדיה, אולם הבדל זה לא בהכרח תקף כאשר מדובר באידיאל הגוף השרירי.

סוג נוסף של מסרים חברתיים שנבדק, היה השפעה של מודעות פרסומיות. נמדדו ממוצעי תגובות הנבדקים עבור כלל המודעות וכן ממוצעי תגובות הנבדקים עבור כל אחת משתי תתי-הקטגוריות: מודעות שקשורות להופעה חיצונית ומודעות שאינן קשורות להופעה חיצונית. נמצא הבדל מובהק במידת ההשפעה של כלל המודעות, כך שממוצעי התגובות של גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים היו גבוהים ממוצעי התגובות של גברים הטרוסקסואלים. כלומר, ניתן לומר כי באופן כללי, גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים נטו להיות יותר מושפעים מפרסומות אלה בהשוואה לגברים הטרוסקסואלים. עם זאת, מהסתכלות על חלוקת המודעות לשתי קטגוריות, ניתן לראות כי ההבדל בין שתי קבוצות המחקר היה מובהק בקטגוריית המודעות שקשורות להופעה חיצונית, אולם לא נמצא הבדל מובהק בקטגוריית המודעות שאינן קשורות להופעה חיצונית. לפיכך, ניתן לומר כי הרגישות המוגברת של גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים להשפעת המודעות הייתה משמעותית רק במודעות שקשורות להופעה חיצונית.

יש לציין כי שתיים מתוך ארבע המודעות שהרכיבו את קטגוריית המודעות הקשורות להופעה חיצונית, כללו תמונה של גבר אטרקטיבי בעירום חלקי. במודעות אלה היה ההבדל הגדול ביותר בתגובות של שתי קבוצות הגברים, ונראה כי ההבדל בתגובה לשתי מודעות אלה הוא המקור העיקרי להבדל בקטגוריית המודעות הקשורות להופעה חיצונית. מנגד, במודעות בהן הופיעה דמות אישה אטרקטיבית לא נמצאו הבדלים מובהקים בין שתי קבוצות הגברים. כלומר, בעוד שגברים הומוסקסואלים וביסקסואלים הושפעו יותר מגברים הטרוסקסואלים ממודעות שכללו דמות גברית אטרקטיבית, לא ניתן לומר כי גברים הטרוסקסואלים הושפעו יותר מגברים הומוסקסואלים וביסקסואלים ממודעות שכללו דמות נשית אטרקטיבית.

השוואה בין שתי קבוצות המחקר במדדים הקשורים לרגישות למסרים חברתיים

P value	סטטיסטי	המוסקסואלים וביסקסואלים			הטרוסקסואלים			שאלון	
		(SD)	M	N	(SD)	M	N		
P=0.005	t(214)=-2.582**	(0.74)	2.67	45	(0.6)	2.39	171	ציון כללי	CAS
P=0.1	t(214)=-1.283	(0.92)	2.76	45	(0.89)	2.57	171	סולם שונות בין מצבית	
P=0.002	t(214)=-2.874**	(0.8)	2.61	45	(0.62)	2.3	171	סולם ערנות להשוואה חברתית	
P<0.001	t(229)=-3.754***	(0.94)	2.17	52	(0.91)	1.64	179	סולם הפנמה- כללי	SATAQ-3
P=0.111	t(229)=-1.222	(0.91)	2.4	52	(0.82)	2.24	179	סולם הפנמה- אתלטיות	
P=0.035	t(232)=-1.811*	(1.53)	2.86	51	(1.46)	2.44	183	סך כל המודעות	השפעת מודעות פרסומיות
P<0.001	t(228)=-3.43**	(1.74)	2.98	50	(1.62)	2.07	180	מודעות הקשורות לגוף	
P=0.252	t(231)=-0.667	(1.59)	2.83	51	(1.5)	2.67	182	מודעות שאינן קשורות לגוף	
P=0.227	t(233)=-0.751	(0.84)	3.65	53	(1.02)	3.54	182	ציון כללי	SQ
P=0.305	t(233)=-0.510	(1.29)	3.62	53	(1.35)	3.52	182	תת סולם נדירות	
P=0.236	t(233)=-0.719	(1)	3.68	53	(1.14)	3.55	182	תת סולם סמכות	
P=0.093	t(233)=-1.323	(1.29)	1.8	53	(1.07)	1.56	182		CSII

הערות: CAS : Concern for Appropriateness Scale ; SATAQ-3 : Sociocultural Attitude Toward Appearance

Susceptibility Questionnaire 3: SQ ; Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence. : CSII

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

ד. רגישות למסרים חברתיים כמשתנה מתווך בקשר בין נטייה מינית ואכילה מופרעת

כדי לבדוק את ההשערה כי רגישות למסרים חברתיים מתווכת את הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת, בוצע ניתוח נתיבים (Path analysis) באמצעות רצף של ניתוחי רגרסיה. לפי Baron ו-Kenny (1986), כדי להראות כי משתנה כלשהו מתווך את הקשר בין שני משתנים אחרים, יש להראות תחילה באמצעות מודלים של רגרסיה כי המשתנה הבלתי-תלוי מסביר חלק מהשונות הן במשתנה התלוי והן במשתנה המתווך. לאחר מכן, יש להראות כי כאשר בונים מודל רגרסיה אשר כולל הן את המשתנה

הבלתי-תלוי והן את המשתנה המתווך כמנבאים, הקשר בין המשתנה הבלתי-תלוי ומשתנה התלוי נחלש או נעלם (כלומר, תרומתו להסבר השונות במשתנה התלוי יורדת או נעלמת).

במחקר הנוכחי נמצא כי גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים היו גבוהים במובהק מגברים הטרוסקסואלים בשלושה מדדים של רגישות למסרים חברתיים: תת-סולם הערנות להשוואה חברתית (ATCSI) בשאלון ה-CAS, תת-סולם הפנמת מסרים כללים בנוגע לגוף (IG) בשאלון ה-SATAQ-3 ומידת ההשפעה של מודעות פרסומיות הקשורות לגוף כפי שנמדדה באמצעות הצגת מודעות פרסומיות. לפיכך, נבנה מודל הכולל שלושה נתיבים המתווכים את הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת. תחילה, בוצע ניתוח רגרסיה כדי לבדוק האם נטייה מינית מסבירה חלק מהשונות במדד האכילה המופרעת. לאחר מכן בוצעו שישה ניתוחי רגרסיה כדי לבדוק האם נטייה מינית מסבירה חלק מהשונות בכל אחד משלושת המדדים של רגישות למסרים חברתיים, וכדי לבדוק האם כל אחד משלושת המדדים הללו מסביר חלק מהשונות במדד האכילה המופרעת. מקדמי הרגרסיה המתוקננים ואחוז השונות המוסברת בכל אחד מהמודלים מוצגים בלוח 4. ניתן לראות כי כל המודלים נמצאו כמובהקים. לבסוף, בוצע ניתוח רגרסיה אליו הוכנסו הנטייה המינית ושלושת המדדים של רגישות למסרים חברתיים כמנבאים. נמצא כי באמצעות מודל זה ניתן להסביר 21.7% מהשונות במדד האכילה המופרעת: $F(4,182) = 12.612, p < 0.001$. איור 2 מציג את מודל ניתוח הנתיבים, ובו מוצגים התרומות הייחודיות של כל אחד מהמדדים להסברת השונות במדד האכילה המופרעת. ניתן לראות כי במודל זה הקשר בין נטייה מינית לבין מדד האכילה המופרעת, שהיה מובהק קודם לכן ($\beta = 0.25, p < 0.001$), הופך ללא מובהק ($\beta = 0.12, p < 0.05$), ומתווך באופן מלא על-ידי המדדים של רגישות למסרים חברתיים: מדד הערנות להשוואה חברתית בשאלון ה-CAS ($\Delta\beta = 0.17, \text{Sobel's statistic} = 2.661, p < 0.05$), מדד ההפנמה הכללית של מסרים הקשורים לגוף בשאלון ה-SATAQ-3 ($\Delta\beta = 0.24, \text{Sobel's statistic} = 2.661, p < 0.01$) ומדד ההשפעה של מודעות הקשורות לגוף ($\Delta\beta = 0.16, \text{Sobel's statistic} = 2.025, p < 0.05$).

לוח 4 :

ניתוחי רגרסיה המרכיבים את ניתוח הנתיבים לתיאור הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת

P value	Std. Error	Beta	סטטיסטי	R²	N	משתנה מנובא	משתנה מנבא
P<0.001	.09	.25***	F(1,233)= 15.18	6.1%	235	EAT-26	נטייה מינית
P=0.004	.11	.19**	F(1,214)=8.261	3.7%	216	CAS- ASCI	נטייה מינית
P<0.001	.14	.24***	F(1,229)=14.096	5.8%	231	SATAQ-3- IG	נטייה מינית
P=0.001	.26	.22**	F(1,228)=11.765	4.9%	230	מודעות הקשורות לגוף	נטייה מינית
P<0.001	.05	.34***	F(1,213)=28.468	11.8%	215	EAT-26	CAS: ASCI
P<0.001	.04	.39***	F(2,227)=39.437	14.8%	229	EAT-26	SATAQ-3: IG
P<0.001	.02	.33***	F(1,210)=25.005	10.6%	212	EAT-26	מודעות הקשורות לגוף

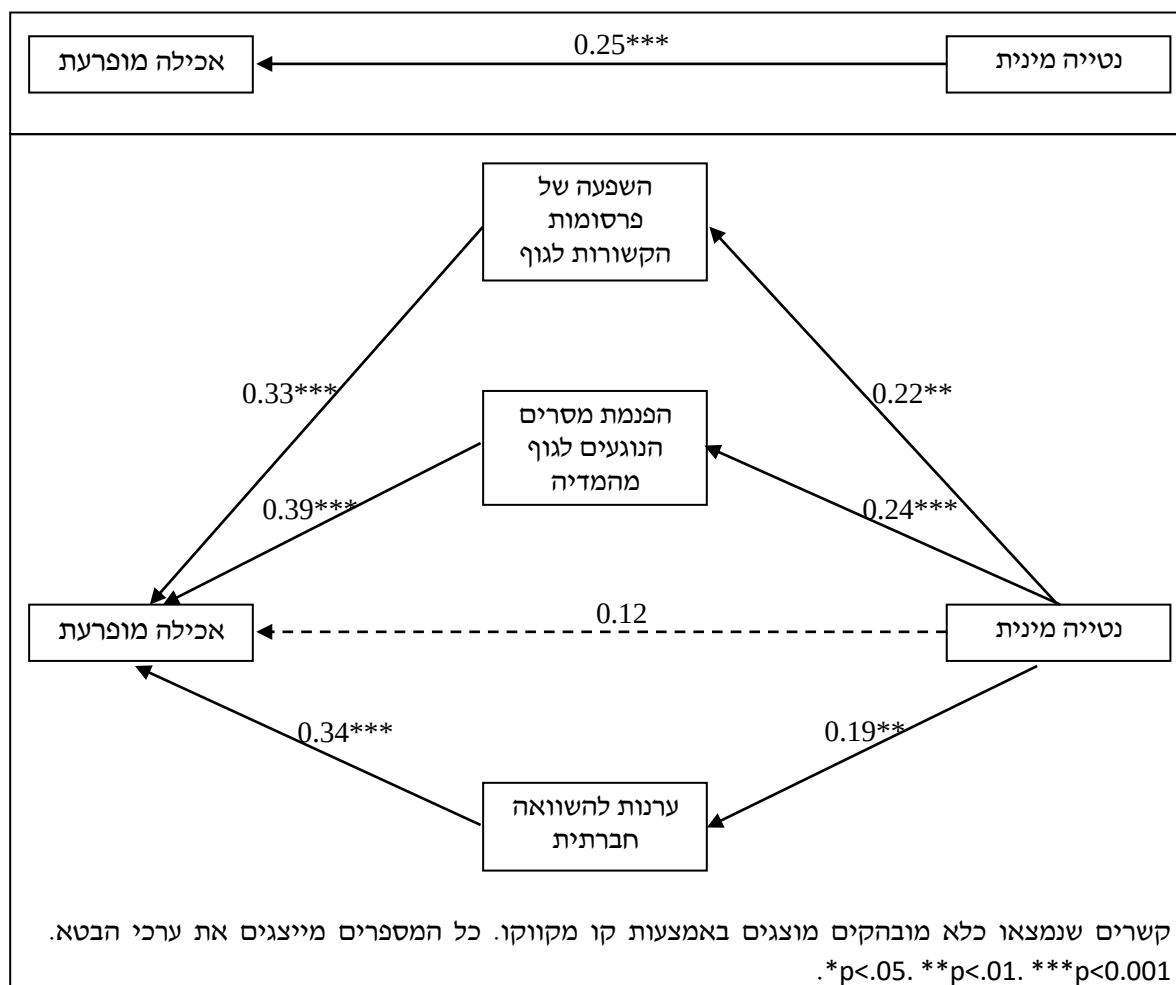
הערות: **EAT-26** : Eating Attitudes Test-26 ; **CAS- ASCI** : Concern for Appropriateness Scale- Attention to Social

Sociocultural Attitude Toward Appearance Questionnaire 3- Internalization : **SATAQ-3- IG** , Comparison Information

.General

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

מודל ניתוח נתיבים לתיאור הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת (N=187)



דיון

א. הקשר בין נטייה מינית, רגישות למסרים חברתיים ואכילה מופרעת

בהתאם להשערת המחקר, נמצא כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית דיווחו על רמות גבוהות יותר של אכילה מופרעת בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית. ממצא זה תואם לממצאי מחקרים קודמים בתחום (Dakanalis et al., 2012; Smith et al., 2011; Yelland & Tiggemann, 2003). התוספת הייחודית של המחקר הנוכחי היא בכך שהוא מציג מנגנון נפשי המסייע להסביר את הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת בקרב גברים. מנגנון זה מתבסס על שלושה מדדים של רגישות למסרים חברתיים: ערנות להשוואה חברתית, הפנמה של מסרים מהמדיה בנוגע להופעה חיצונית ורגישות להשפעה של מודעות פרסומיות הקשורות להופעה חיצונית. בהתאם להשערת המחקר, נמצא כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית דורגו גבוה יותר מגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית בכל שלושת המדדים הללו, ולמעשה דיווחו על רגישות מוגברת למסרים חברתיים. כמו כן, נמצא כי הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת בקרב גברים מתווך באופן מלא על-ידי רגישות למסרים חברתיים. כלומר, בהינתן הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת בקרב גברים, השונות ברמות האכילה המופרעת מוסברת טוב יותר על-ידי רגישות למסרים חברתיים מאשר על-ידי נטייה מינית. לפיכך, ניתן לומר כי רגישות למסרים חברתיים מהווה גורם משמעותי אשר מסייע להסביר את השיעורים הגבוהים של אכילה מופרעת בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית.

לאור ממצאים אלה, עולה השאלה מה גורם לגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית להיות רגישים יותר מגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית למסרים חברתיים. בהתבסס על הספרות שנסקרה ניתן לזהות מספר הסברים אפשריים בולטים. אחד הסברים האפשריים מתבסס על תיאוריית ההחפצה (Fredrickson & Roberts, 1997; Objectification Theory). לפי תיאוריה זו, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, בדומה לנשים בעלות נטייה מינית הטרוסקסואלית, מאמצים עמדה של החפצה עצמית, לפיה הם רואים בגופם כאובייקט שנועד לספק גברים אחרים. לאור עמדה זו, ייתכן כי הם נעשים ערניים ורגישים יותר למסרים חברתיים המתייחסים למראה הגוף האידיאלי בחברה, וזאת במטרה להתאים את המראה שלהם לדרישות החברה. בהתאם להסבר זה, מצאו Dakanalis ועמיתיו (2012), כי בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית חשופים יותר למדיה שכוללת החפצה, וכי מידת החשיפה למדיה זו מנבאת את מידת ההשגחה על מראה הגוף אשר מקושרת לאשמה ביחס הגוף ולאכילה מופרעת.

הסבר חלופי מתייחס לכך שגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלים גדלים בסביבה שהיא הטרו-נורמטיבית אשר כוללת ביטויים הומופוביים. לפיכך, ייתכן כי גברים אלה מפתחים רגישות מוגברת למסרים חברתיים במטרה לזהות האם הם נמצאים בסביבה שעלולה להיות עוינת עבורם. עדות לדפוס זה ניתן למצוא בראיונות שערך Drummond (2005) עם גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית, בהם עלה כי גברים אלה מציגים סוגים שונים של גבריות במצבים שונים, עסוקים בניטור האופן בו גבריותם נתפסת בעיניי אחרים ועסוקים בהערכה והערכה מחדש של האופן בו מוצג גופם בחברה. בין היתר התייחסו המשתתפים במחקר להבחנה בין סביבה שהיא הטרו-נורמטיבית לבין סביבה שהיא של הקהילה הגיית. טענה דומה עולה ממחקר של Pachankis ו-Goldfried (2006) בו טענו 75% מהמשתתפים במחקר אשר דיווחו על נטייה מינית הומוסקסואלית כי שינו בעבר את התנהגותם במטרה להסתיר את נטייתם המינית.

הסבר נוסף קשור לצורך של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית או בייסקסואלית לזהות גברים נוספים בעלי נטייה מינית דומה לשלהם ולהזדהות ככאלה. צורך זה עשוי לנבוע משאיפה לזהות פרטנרים פוטנציאליים, לזהות סביבה תומכת ולא הומופובית, או פשוט למצוא אנשים בעלי מאפיינים משותפים. מכיוון שנטייה מינית אינה דבר גלוי לעין, יש צורך לפתח רגישות מיוחדת לזיהוי ולשידור מסרים לא-מילוליים אשר נתפסים כמעידים על השתייכות לקהילה הגיית. רגישות זו מכונה בשיח של הקהילה הגיית "גיידר" (Nicholas, 2004 ; Gaydar). כלומר, במטרה לזהות גברים אחרים הדומים להם, מפתחים גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית רגישות מוגברת למחוות עדינות ולמסרים חברתיים סמויים, ובהתאם לכך, יתכן כי הם גם מפתחים ערנות מוגברת למחוות הגוף של עצמם והשגחה על האופן בו הם נתפסים על-ידי אחרים.

לאור ההסברים האפשריים שהוצגו לעיל, מעניין יהיה לבחון את מידת הרגישות למסרים חברתיים בקרב נשים לסביות. בדומה לגברים הומוסקסואלים, נשים לסביות מתמודדות עם החיים בחברה הטרו-נורמטיבית ועשויות להשתמש ברגישות לסימנים לא מילוליים לצורך זיהוי נשים לסביות אחרות. מנגד, בשונה מגברים הומוסקסואלים, נשים לסביות לא צריכות, לכאורה, להיתפס כאטרקטיביות בעיניי גברים, וייתכן כי הדבר משפיע על המידה בה הן עסוקות בהחפצה עצמית. לפיכך, נראה כי מחקר שיתמקד בסוגיה זו עשוי לסייע להבין מדוע גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית הינם רגישים יותר מגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית למסרים חברתיים.

ב. רגישות כללית לעומת רגישות ספציפית למסרים חברתיים

אחת השאלות שנשאלו במסגרת המחקר הנוכחי היא האם הרגישות המוגברת של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית למסרים חברתיים הינה כללית או ספציפית לתחומים הקשורים לגוף ולהופעה חיצונית. לצורך מענה על שאלה זו נבנה כלי ייעודי להערכת רגישות להשפעה של מודעות פרסומיות. למשתתפים במחקר הוצגו שתי קבוצות של מסרים: מודעות המשווקות מוצרים הקשורים לגוף ולהופעה חיצונית ומודעות ניטראליות שאינן קשורות להופעה חיצונית. השאלון נמצא כמהימן (שיעורי אלפא של קרונבאך: 0.85-0.91) ונוח לשימוש. למרות שלא ניתן להכריע באופן מוחלט בנוגע לשאלת הספציפיות של רגישות למסרים חברתיים באמצעות הכלי שנבנה, התמונה שעלתה במחקר היא כי קיימת רגישות מוגברת למסרים הקשורים להופעה חיצונית בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית, אך לא קיימת רגישות מוגברת למסרים שאינם קשורים להופעה חיצונית. נמצא כי גברים אלה היו רגישים יותר להשפעה של מודעות פרסומיות הקשורות להופעה חיצונית בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית. מנגד, לא נמצא הבדל בין שתי קבוצות הגברים ברגישות להשפעה של מודעות פרסומיות שאינן קשורות להופעה חיצונית, ולכן יש בסיס להניח כי הרגישות להשפעה של מסרים שיווקיים הינה ספציפית לתחום של הופעה חיצונית.

יחד עם זאת, יש לציין כי במחצית מהמודעות הקשורות להופעה חיצונית הופיעה דמות של גבר אטרקטיבי, וכי במודעות אלה נמצא הפער המשמעותי ביותר בין שתי קבוצות הגברים. לפיכך, ייתכן כי הרגישות המוגברת של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית למודעות הקשורות להופעה חיצונית לא נבעה מהמוצר המשווק אלא מהדמות ששיווקה אותו. יש להדגיש כי גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית לא היו רגישים יותר מגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית למודעות בהן הופיעה דמות אישה אטרקטיבית, ולכן נראה כי בכל זאת קיימת רגישות שהיא ייחודית לגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית. עם זאת, יש להתייחס לממצא זה בזהירות ולהמשיך לבחון את סוגיית הספציפיות של רגישות למסרים חברתיים. לצורך כך ניתן לשפר בעתיד את הכלי שנבנה לצורך הערכת רגישות להשפעת מודעות פרסומיות על-ידי סיווג מדויק יותר של הפרסומות המוצגות למשתתפים והקפדה על האיזון בין דמויות ממגדרים שונים המופיעות בפרסומות מקטגוריות שונות.

ג. הקשר בין נטייה מינית ודימוי גוף

בנוגע לדימוי גוף ניכר חוסר עקביות בממצאים. בהתאם להשערת המחקר, נמצא כי בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית דיווחו על שביעות רצון שלילית יותר מגופם במדד אשר שם דגש על שאיפה למראה רזה. עם זאת, בניגוד להשערת המחקר, לא נמצא הבדל בין שתי קבוצות הגברים בשאיפה למראה שרירי יותר. באותו אופן, בעוד שנמצא כי גברים

בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית היו רגישים יותר מגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית למסרים מהמדיה הקשורים להופעה חיצונית, לא נמצא הבדל בין שתי הקבוצות ברגישות להשפעה למסרים מהמדיה אשר שמים דגש על השאיפה למראה שרירי ואתלטי. ממצאים אלה תואמים ממצאי מחקר שערכו Smith ועמיתיה (2011), בו דווח על הבדל מובהק בין גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית לבין גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית במידת חוסר שביעות הרצון משומן הגוף אך לא מרמת השריריות. מנגד, ממצאים אלה סותרים ממצאי מחקרים אחרים בהם גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית דיווחו על שאיפה מוגברת לשריריות בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית (Yelland & Tiggemann, 2003 ; Calzo, Corliss, Blood, Field, & Austin, 2013).

ייתכן כי ההבדלים בין המחקרים השונים נובעים מהטיות במדגמים או מהבדלים תרבותיים בין האוכלוסיות הנדגמות. עם זאת, ייתכן כי הדבר מסמן שינוי מגמה ביחס לשאיפה לשריריות בקרב גברים. בעוד שמחקריהם של Yelland ו- Tiggemann (2003) ושל Calzo ועמיתיו (2013) התבססו על מדידות שנערכו עד שנת 2005, מחקרם של Smith ועמיתיה (2011) והמחקר הנוכחי התבססו על מדידות מאוחרות יותר. ייתכן כי עם חלוף השנים החלו גם גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית לשאוף למראה שרירי ולחוש חוסר שביעות רצון ממסת השריר שלהם. כמו כן, ייתכן כי מידת חוסר שביעות הרצון ממסת השריר בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית התמתנה עם השנים. אפשרות נוספת היא שקיימות תתי-קבוצות בקהילה הגיית, בהן מושם דגש על היבטים שונים של הופעה חיצונית (למשל, העדפה למראה שרירי ומנופח לעומת העדפה למראה רזה ונערי). יתכן כי הייצוגים של תתי-קבוצות אלה לא היו זהים במחקרים השונים, והדבר הוביל לחוסר העקביות בממצאים. כמובן שלא ניתן לקבוע טענות אלה על סמך המחקר הנוכחי, ויש צורך לבחון סוגיה זו במסגרת מחקרי המשך. נראה כי עשוי להיות ערך רב למחקר מטא-אנליזה אשר יבדוק שינויים בממצאי מחקרים לאורך השנים.

למרות שלא ניתן לקבוע בוודאות מה גרם לכך שנמצא הבדל בשאיפה לרזון אך לא בשאיפה לשריריות, המחקר הנוכחי תומך בטענה כי שאיפה לרזון ושאיפה לשריריות הם שני גורמים נפרדים אשר קשורים לדימוי גוף. במחקר של Smith ועמיתיה (2011) נמצא כי חוסר שביעות רצון משומן הגוף, אך לא חוסר שביעות רצון מרמת השריריות, ניבאו אכילה מופרעת הן בקרב גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית והן בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית. כמו כן, במחקר של Hunt, Gonsalkorale ו- Nosek (2012) נמצא כי בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית שאיפה לרזון הייתה קשורה לרגישות לדחייה חברתית על רקע נטייה מינית ולערך עצמי נמוך, ואילו שאיפה לשריריות קושרה למעורבות בקהילה הגיית ולניסיון להתאים לאידיאל היופי שהיא מקדמת. יתרה מכך, Kelly,

Neufeld ו- Musher-Eizenman (2010) טענו כי שאיפה לשריריות עשויה להוות גורם חוסן. במחקרם נמצא כי גברים אשר דיווחו על שאיפה מוגברת לרזון חשו כי גופם פגום, אולם כאשר לשאיפה לרזון נלוותה שאיפה לשריריות, רמת תחושת הפגמות של הגוף הייתה נמוכה יותר. יחד עם זאת, חשוב להדגיש כי גם שאיפה מוגזמת לשריריות עלולה להוביל להתנהגויות מסוכנות כמו הפרזה באימוני כושר, שימוש מוגזם בתוספי מזון, בחירה בתפריט לא מאוזן ושימוש לרעה בסטרואידים (Parent, 2013).

סתירה נוספת בממצאים הקשורים לדימוי גוף הייתה בין מדדים שונים המתייחסים לשאיפה לרזון. בעוד שבשאלון ה-BSQ נמצא כי גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית דיווחו על חוסר שביעות רצון גבוהה יותר מגופם בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית, הבדל דומה לא נמצא בממד של שאלון ה-BIG אשר מתייחס לשאיפה לרזון. גם במקרה זה, דפוס הממצאים זהה לזה לדפוס שנמצא במחקרם של Smith ועמיתיה (2011). ייתכן כי הדבר נובע מהאופן בו כל אחד מהשאלונים מתייחס לשאיפה לרזון. שאלון ה-BSQ מודד חוסר שביעות רצון ממבנה הגוף הנוכחי (בין היתר, באמצעות שאלות על פחד מהשמנה, מחשבות מטרידות בנוגע למבנה הגוף וחוסר נוחות ממראה הגוף). לעומתו, שאלון ה-BIG מודד את הפער בין מבנה הגוף הנוכחי לבין מבנה הגוף האידיאלי, וזאת מבלי להתייחס לרגשות ולמחשבות שפער זה מעורר. נראה כי בעוד ששאלון ה-BIG שואל "האם קיים פער?", שאלון ה-BSQ שואל "האם הפער הזה מפריע?". לאור ממצאי המחקר הנוכחי, ייתכן כי ההבדל בין גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית לבין גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית אינו בעצם קיומו של פער בין מבנה הגוף הנוכחי לבין מבנה הגוף האידיאלי, אלא במטען הרגשי ובמחשבות שפער זה מייצר. כלומר, ניתן לטעון כי בעוד שגברים שואפים להיות רזים יותר, ללא תלות בנטייתם המינית, אצל גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית שאיפה זו כרוכה ביותר רגשות שליליים ביחס למראה הנוכחי שלהם, בהשוואה לגברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית.

ד. דאגה למותאמות חברתית ואכילה מופרעת בקרב גברים

במחקר הנוכחי נמצא קשר בין דאגה למותאמות חברתית (Concern for Appropriateness) לבין אכילה מופרעת בקרב גברים, ללא תלות בנטייתם המינית. הממד הכללי של דאגה למותאמות חברתית (אשר כולל בתוכו את מדד הערנות להשוואה חברתית ואת מדד השונות הבין מצבית) הסביר לבדו 12.6% מהשונות בממד האכילה המופרעת. למרות שממצא זה אינו הממצא המרכזי במחקר הנוכחי, נראה כי מדובר בממצא חשוב אשר משחזר קשר דומה שנמצא במחקרם של Zohar, Bachner-Melman ועמיתיהן (2009) בקרב נשים. העובדה שהקשר בין דאגה למותאמות חברתית לבין אכילה מופרעת מופיע גם בקרב

נשים וגם בקרב גברים מחזקת את הטענה כי דאגה למוותאמות חברתית הינה מושג חשוב בהבנת המנגנונים האישיותיים שמסבירים אכילה מופרעת, ואולי גם הפרעות אכילה.

ה. מגבלות המחקר

למחקר הנוכחי מספר מגבלות שיש לקחת בחשבון. ראשית, המשתתפים במחקר נדגמו בדגימת נוחות, כאשר רבים מהם גויסו דרך רשימות תפוצה ורשימות חברים ברשתות חברתיות. אמנם נעשה ניסיון לפנות למגוון רחב של משתתפים פוטנציאליים דרך קבוצות עניין מגוונות ברשתות חברתיות, אולם דרך זו לא אפשרה לדגום אנשים שאינם חברים ברשתות חברתיות, ולא אפשרה להגיע לאנשים בעלי אוריינות טכנולוגית נמוכה. כמו כן, ניתן לראות כי המדגם במחקר הינו משכיל יחסית (96.2% מהמשתתפים היו בעלי 12 שנות לימוד לפחות, ו-62.4% היו בעלי השכלה גבוהה או במהלך רכישת השכלה גבוהה), וכי שיעור הגברים ההומוסקסואלים והביסקסואלים בו גבוה יחסית (22.52% מכלל המדגם).

שנית, יש לציין כי במסגרת המחקר הנוכחי נעשה שימוש בכלים מתאמיים לצורך תיאור הקשרים בין משתני המחקר השונים. לפיכך, למרות שנמצא כי הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת מתווך על-ידי רגישות למסרים חברתיים, לא ניתן להסיק כי קשר זה הינו סיבתי בהתבסס על המחקר הנוכחי. מכיוון שמדובר בשלושה משתנים אשר לא ניתן לתפעל בניסוי, יש צורך במחקרים נוספים שישחזרו ממצא זה בהקשרים שונים וישללו הסברים חלופיים לקשר המתואר.

שלישית, המחקר הנוכחי דן בדפוסים פתולוגיים של אכילה, אולם הוא אינו מתבסס על מדגם קליני. הרוב המוחלט של המשתתפים (93.2%) אינו עומד בקריטריון הסף שמעיד על חשש להפרעת אכילה על-פי שאלון ה-EAT-26. כמו כן, למרות שנמצאו הבדלים מובהקים בין הציונים של גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית לבין הציונים של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית, בשתי הקבוצות הציון הממוצע וציון החציון במדד הקליני של שאלון ה-EAT-26 היה בתחום הנורמטיבי. לפיכך, יש להיזהר מהסקת מסקנות פזיזה בנוגע לאוכלוסיות קליניות על-סמך מחקר זה. עם זאת, לאור ממצאי המחקר הנוכחי נראה כי ראוי שמחקרי המשך יבדקו את הסוגיות הנדונות בו גם במדגמים קליניים אשר יכללו גברים המאובחנים בהפרעות אכילה.

רביעית, נטייה מינית הוגדרה במחקר הנוכחי, כפי שהיא הוגדרה בעבר על-ידי Kinsey ועמיתיו (1948), כנעה על רצף שבין הומוסקסואליות באופן מוחלט להטרוסקסואליות באופן מוחלט. למרות שמדובר בחלוקה נפוצה ביותר במחקרים עדכניים בתחום, נראה כי היא אינה מאפשרת לייצג נטיות מיניות אשר אינן נעות על הרצף שבין הומוסקסואליות להטרוסקסואליות, כמו פאנסקסואליות (משיכה לאנשים ללא תלות במין או מגדר) פוליסקסואליות (משיכה למגוון מוגבל של מגדרים ומינים, שלא

בהתבסס על האבחנה הדיכוטומית בין גברים לנשים), בירומנטיות (משיכה רומנטית ואינטלקטואלית ללא משיכה מינית) ועוד. בשאלונים בהם נעשה שימוש במחקר הנוכחי ניתן מקום לנטייה מינית אסקסואלית (היעדר משיכה מינית לשני המינים), אולם המספר הנמוך של משתתפים אשר השתייכו לקבוצה זו לא אפשר להתייחס אליה כאל נפרדת מבחינה סטטיסטית. בעיה נוספת עם ההגדרה של נטייה מינית באמצעות שימוש ב-Kinsey Scale היא שהגדרה של ביסקסואליות על-ידי שאלון זה הינה נתונה לפרשנות. פתרון אפשרי לבעיות אלה הוא לשאול את המשתתפים כיצד הם מגדירים את נטייתם המינית (באמצעות שאלה פתוחה). למרות ששאלה כזו עלולה להוביל למגוון רחב מידי של תשובות, היא עשויה לספק לחוקרים וודאות רבה יותר, ולאפשר למגוון רחב יותר של קבוצות מיניות לבוא לידי ביטוי בשיח המחקרי. נראה כי מחקר המשך עשוי לבחון סוגיה זו, ולהעריך האם לשאלה פתוחה יש ערך מוסף על השאלות הקטגוריות של ה-Kinsey Scale.

לבסוף, בעוד שהמחקר הנוכחי מתמקד בתפקיד של רגישות למסרים חברתיים בקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת, קיימים גורמים נוספים שעשויים להשפיע על קשר זה. כך למשל, במחקרים קודמים נמצא כי אכילה מופרעת ודימוי גוף שלילי בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית קשורים להפנמה של עמדות הומופוביות (Kimmel & Mahalik, 2005; Siconolfi, Halkitis, Allomong, & Burton, 2009) ולשביעות רצון ביחס לזוגיות (Brown & Keel, 2012). לפיכך, נראה כי במסגרת מחקר המשך יש לבחון כיצד גורמים אלה ואחרים מתקשרים לגורמים שהוצגו במחקר הנוכחי, וזאת כדי לגבש הבנה טובה ומעמיקה יותר של הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת בקרב גברים.

1. המלצות ביחס לטיפול

ממצאי המחקר הנוכחי עולה כי חשוב להתייחס לרגישות למסרים חברתיים בטיפול בגברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית אשר מתמודדים עם דימוי גוף נמוך ועם אכילה מופרעת. ייתכן כי טיפול שיסייע למטופל לחוש פחות תלוי במסרים ועמדות החברה, ובעיקר במסרים ועמדות הקשורים לגוף ולאכילה, עשוי לסייע בהתמודדות עם אכילה מופרעת. ניתן לעשות זאת באמצעות טיפול שיאפשר למטופל להכיר בלחץ הסביבתי שמופעל עליו לרזות או לצבור שרירים, ולאתגר את המעורבות של המטופל במחשבות ורגשות שהתפתחו סביב לחץ זה (Walloch, Cerezo, & Heide, 2012). כמו כן, ניתן לעשות זאת באמצעות עמדה אמפאטית וקרובה לחוויית המטפל, אשר תעביר למטופל מסר לפיו הוא ראוי שתהיה לו נקודת ראות משל עצמו ורצונות משל עצמו, והוא אינו מחויב לספק את רצונותיהם ושאפותיהם של אחרים (בכר, 2002). כך או אחרת, על המטפל להיות ער לכך כי רגישותם המוגברת של

מטופלים אלה למסרים חברתיים, ובייחוד דאגתם למותאמות חברתית, עשויה להשפיע על התנהלותם בקשר הטיפולי. לפיכך, יש לוודא כי ההישגים בטיפול הינם אמיתיים, ואינם תוצר של ניסיון לרצות את המטפל או להתנהג כפי שהמטופל חושב שמצופה ממנו.

מתוך עמדה של אופטימיות זהירה ניתן לשער כי אנשים אשר מושפעים במיוחד ממסרים חברתיים, עשויים להיות מושפעים במידה רבה גם מטיפול בו הם מעורבים באופן כן. נמצא בעבר כי בקרב נערות תיכון, נערות אשר דיווחו על הרמות הגבוהות ביותר של מעורבות בדיאטה קיצונית (כלומר, נערות שהיו מושפעות במיוחד מאידיאל הרזון), הראו את השינוי המשמעותי ביותר בעמדות ביחס לדיאטה בעקבות צפייה בסרט המסביר את הסכנות הכרוכות בכך (Schumaker & Groth-Marnat, 1987). ממצא זה מדגיש את הפוטנציאל הטיפולי שקיים בעבודה עם גברים הומוסקסואלים וביסקסואלים המתמודדים עם דימוי גוף שלילי ועם אכילה מופרעת, שכן נמצא כי הם נוטים להיות רגישים במיוחד למסרים חברתיים. במישור החברתי הרחב יותר נראה כי יש ערך לקידום של מסרים המדגישים את בריאות הגוף ואת הסכנות הכרוכות במרדף אחר אידיאל גוף לא מציאותי, באמצעי תקשורת הפונים לגברים אלה. הדבר עשוי לסייע בקידום עמדות בריאות יותר ביחס לגוף ולאכילה בקרב אוכלוסייה זו, בה קיים שיעור גבוה יחסית של גברים הסובלים מהפרעות אכילה ומבעיות הקשורות לדימוי גוף.

חשוב להדגיש כי למרות שהמחקר הנוכחי שם דגש על ההתמודדות של גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית עם דימוי גוף שלילי ועם אכילה מופרעת, אין הדבר אומר כי גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית אינם חווים התמודדות זו. לפיכך, בטיפול יש להימנע מלקשור באופן סטיגמטי בין אכילה מופרעת ובעיות בדימוי הגוף לבין נטייה מינית הומוסקסואלית או ביסקסואלית.

ז. סיכום

במסגרת המחקר הנוכחי נעשה ניסיון לזהות מנגנון נפשי אשר עומד בבסיס הקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת בקרב גברים. לאור ממצאי המחקר ניתן לטעון כי רגישות למסרים חברתיים מהווה גורם משמעותי אשר מסביר קשר זה, לפחות באופן חלקי. כמו כן, יש בסיס להניח כי בקרב גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית קיימת רגישות ייחודית למסרים הקשורים לגוף ולהופעה חיצונית. בנוגע לדימוי גוף, נראה כי ההבדל המשמעותי בין גברים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית לבין גברים בעלי נטייה מינית הטרוסקסואלית אינו בפער בין מבנה הגוף הנוכחי למבנה הגוף האידיאלי, אלא ברגשות השליליים שפער זה מייצר- בעיקר בהקשר של השאיפה למראה רזה יותר.

המחקר הנוכחי מצטרף לגוף ידע מחקרי רחב הגורס כי גברים רבים בעלי נטייה מינית הומוסקסואלית וביסקסואלית מתמודדים עם דימוי גוף שלילי ועם אכילה מופרעת. במישור החברתי, נראה כי מדובר בסוגיה אשר יש לתת עליה הדעת גם בתוך הקהילה הגיית וגם בחברה הכללית, וזאת

במטרה להוביל לשינוי באופן השלילי שבו גברים אלה תופסים את גופם ופועלים במטרה לשנות אותו. המחקר הנוכחי מוסיף נדבך נוסף לידע המחקרי בתחום, ומציע הסבר אפשרי לקשר בין נטייה מינית לבין אכילה מופרעת. הסבר זה עשוי לקדם מחקר עתידי בתחום ולסייע לאנשי טיפול.

ביבליוגרפיה

- בלך, ר., ודהן, ד. (2007). *התשובה הגברית לאנורקסיה: reverse anorexia*: (עבודה סמינריונית שלא פורסמה). המרכז האקדמי רופין, עמק חפר.
- בכר, א' (2002). *הפחד לתפוס מקום- אנורקסיה ובולימיה: טיפול לפי גישת הפסיכולוגיה של העצמי*. ירושלים: מאגנס.
- גרוס, א' וזיו, ע' (2003). בין תיאוריה לפוליטיקה: לימודים הומו-לסביים ותיאוריה קווירית. בתוך י' קדר, ע' זיו וא' קנר (עורכים), *מעבר למיניות: מבחר מאמרים בלימודים הומו-לסביים ותיאוריה קווירית* (עמ' 9-44). תל אביב: הקיבוץ המאוחד.
- ספיבק, ז' (2010). *הקשר בין הפרעות באכילה ודימוי גוף לבין חשיפה לתקשורת ותחושת העצמה בקרב מתבגרות בישראל* (עבודת גמר מחקרית לאחר קבלת תואר מוסמך). נדלה ממאגר ספריית אוניברסיטת חיפה (001659070).
- Austin, S. B., Ziyadeh, N. J., Corliss, H. L., Rosario, M., Wypij, D., Haines, J., . . . Field, A. E. (2009). Sexual orientation disparities in purging and binge eating from early to late adolescence. *Journal of Adolescent Health, 45*(3), 238-245. doi:10.1016/j.jadohealth.2009.02.001
- Bachar, E., Gur, E., Canetti, L., Berry, E., & Stein, D. (2010). Selflessness and perfectionism as predictors of pathological eating attitudes and disorders: A longitudinal study. *European Eating Disorders Review, 18*(6), 496-506. doi:10.1002/erv.984
- Bachar, E., Latzer, Y., Canetti, L., Gur, E., Berry, E. M., & Bonne, O. (2002). Rejection of life in anorexic and bulimic patients. *International Journal of Eating Disorders, 31*(1), 43-48. doi:10.1002/eat.10003
- Bachner-Melman, R., Zohar, A., Elizur, Y., Kremer, I., Golan, M., & Ebstein, R. (2009). Protective self-presentation style: Association with disordered eating and anorexia nervosa mediated by sociocultural attitudes towards appearance. *Eating and Weight Disorders: EWD, 14*(1), 1-12. doi:10.1037/t00892-000
- Bachner-Melman, R., Bacon-Shnoor, N., Zohar, A. H., Elizur, Y., & Ebstein, R. P. (2009). The psychometric properties of the revised self-monitoring scale (RSMS) and the

- concern for appropriateness scale (CAS) in hebrew. *European Journal of Psychological Assessment*, 25(1), 8-15. doi:10.1027/1015-5759.25.1.8
- Bachner-Melman, R., Zohar, A. H., Ebstein, R. P., & Bachar, E. (2007). The relationship between selflessness levels and the severity of anorexia nervosa symptomatology. *European Eating Disorders Review*, 15(3), 213-220. doi:10.1002/erv.740
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Teel, J. E. (1989). Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence. *Journal of Consumer Research*, 15, 473-481.
- Calzo, J. P., Corliss, H. L., Blood, E. A., Field, A. E., & Austin, S. B. (2013). Development of muscularity and weight concerns in heterosexual and sexual minority males. *Health Psychology*, 32(1), 42-51. doi:10.1037/a0028964
- Carper, T. L. M., Negy, C., & Tantleff-Dunn, S. (2010). Relations among media influence, body image, eating concerns, and sexual orientation in men: A preliminary investigation. *Body Image*, 7(4), 301-309. doi:10.1016/j.bodyim.2010.07.002
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairbum, C. G. (1987). The development and validation of the body shape questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485-494.
- Cutler, B. L., & Wolfe, R. N. (1985). Construct validity of the concern for appropriateness scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(3), 318-323.
- Dakanalis, A., Di Mattei, V. E., Bagliacca, E. P., Prunas, A., Sarno, L., Riva, G., & Zanetti, M. A. (2012). Disordered eating behaviors among italian men: Objectifying media and sexual orientation differences. *Eating Disorders*, 20(5), 356-367. doi:10.1080/10640266.2012.715514
- Drucker, D. J. (2012). Marking sexuality from 0–6: The kinsey scale in online culture. *Sexuality & Culture*, 16(3), 241-262. doi:10.1007/s12119-011-9122-1

- Drummond, M. J. (2005). Men's bodies listening to the voices of young gay men. *Men and Masculinities*, 7(3), 270-290. doi:10.1177/1097184X04271357
- Evans, C., & Dolan, B. (1993). Body shape questionnaire: Derivation of shortened "alternate forms". *International Journal of Eating Disorders*, 13(3), 315-321.
- Feldman, M. B., & Meyer, I. H. (2007). Eating disorders in diverse lesbian, gay, and bisexual populations. *International Journal of Eating Disorders*, 40(3), 218-226. doi:10.1002/eat
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. doi:10.1177/001872675400700202
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206.
- Garner, D. M., & Garfinkel, P. E. (1979). The eating attitudes test: An index of the symptoms of anorexia nervosa. *Psychological Medicine*, 9(2), 273-279.
- Garner, D. M., Olmsted, M. P., Bohr, Y., & Garfinkel, P. E. (1982). The eating attitudes test: Psychometric features and clinical correlates. *Psychological Medicine*, 12(4), 871-878.
- Gil, S. (2007). Body image, well-being and sexual satisfaction: A comparison between heterosexual and gay men. *Sexual and Relationship Therapy*, 22(2), 237-244. doi:10.1080/14681990600855042
- Hadland, S. E., Austin, S. B., Goodenow, C. S., & Calzo, J. P. (2014). Weight misperception and unhealthy weight control behaviors among sexual minorities in the general adolescent population. *Journal of Adolescent Health*, 54(3), 296-303. doi:10.1016/j.jadohealth.2013.08.021
- Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2009). Muscular ideal media images and men's body image: Social comparison processing and individual vulnerability. *Psychology of Men & Masculinity*, 10(2), 109-119. doi:10.1037/a0014691

- Hildebrandt, T., Langenbucher, J., & Schlundt, D. G. (2004). Muscularity concerns among men: Development of attitudinal and perceptual measures. *Body Image*, 1(2), 169-181. doi:10.1016/j.bodyim.2004.01.001
- Hunt, C. J., Gonsalkorale, K., & Nosek, B. A. (2012). Links between psychosocial variables and body dissatisfaction in homosexual men: Differential relations with the drive for muscularity and the drive for thinness. *International Journal of Men's Health*, 11(2), 127-136. doi:10.3149/jmh.1102.127
- Hutson, D. J. (2010). Standing OUT/fitting IN: Identity, appearance, and authenticity in gay and lesbian communities. *Symbolic Interaction*, 33(2), 213-233. doi:10.1525/si.2010.33.2.213
- Jankowski, G. S., Diedrichs, P. C., & Halliwell, E. (2013). Can appearance conversations explain differences between gay and heterosexual men's body dissatisfaction? *Psychology of Men & Masculinity*, , Advance online publication. doi:10.1037/a0031796
- Kaminski, P. L., Chapman, B. P., Haynes, S. D., & Own, L. (2005). Body image, eating behaviors, and attitudes toward exercise among gay and straight men. *Eating Behaviors*, 6(3), 179-187. doi:10.1016/j.eatbeh.2004.11.003
- Kaptein, M., Markopoulos, P., de Ruyter, B., & Aarts, E. (2009). Can you be persuaded? individual differences in susceptibility to persuasion. In T. Gross, J. Gulliksen, P. Kotzé, L. Oestreicher, P. Palanque, R. O. Prates & M. Winckler (Eds.), *Human-computer Interaction–INTERACT 2009* (pp. 115-118) Springer Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-642-03655-2_13
- Kelley, C. C. G., Neufeld, J. M., & Musher-Eizenman, D. R. (2010). Drive for thinness and drive for muscularity: Opposite ends of the continuum or separate constructs? *Body Image*, 7(1), 74-77. doi:10.1016/j.bodyim.2009.09.008

- Kimmel, S. B., & Mahalik, J. R. (2005). Body image concerns of gay men: The roles of minority stress and conformity to masculine norms. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 73*(6), 1185-1190. doi:10.1037/0022-006X.73.6.1185
- Kinsey, A. C., Pomeroy, W. B., & Martin, C. E. (1948). *Sexual behavior in the human male*. Philadelphia: Saunders.
- Koslowsky, M., Scheinberg, Z., Bleich, A., Mark, M., Apter, A., Danon, Y., & Solomon, Z. (1992). The factor structure and criterion validity of the short form of the eating attitudes test. *Journal of Personality Assessment, 58*(1), 27-35.
- Lanzieri, N., & Cook, B. J. (2013). Examination of muscularity and body fat depictions in magazines that target heterosexual and gay men. *Body Image, 10*(2), 251-254. doi:10.1016/j.bodyim.2012.12.003
- Lehne, G. K. (1978). Gay male fantasies and realities. *Journal of Social Issues, 34*(3), 28-37. doi:10.1111/j.1540-4560.1978.tb02612.x
- Lennox, R. D., & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the self-monitoring scale. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*(6), 1349-1364.
- McArdle, K. A., & Hill, M. S. (2009). Understanding body dissatisfaction in gay and heterosexual men the roles of self-esteem, media, and peer influence. *Men and Masculinities, 11*(5), 511-532. doi:10.1177/1097184X07303728
- McDonald, G. J. (1982). Individual differences in the coming out process for gay men: Implications for theoretical minds. *Journal of Homosexuality, 8*(1), 47-60. doi:10.1300/J082v08n01_05
- Mintz, L. B., & O'Halloran, M. S. (2000). The eating attitudes test: Validation with DSM-IV eating disorder criteria. *Journal of Personality Assessment, 74*(3), 489-503.

- Morrison, M. A., Morrison, T. G., & Sager, C. (2004). Does body satisfaction differ between gay men and lesbian women and heterosexual men and women?: A meta-analytic review. *Body Image*, 1(2), 127-138. doi:10.1016/j.bodyim.2004.01.002
- Morrison, T. G., & Harriman, R. L. (2005). Additional evidence for the psychometric soundness of the drive for muscularity attitudes questionnaire (DMAQ). *The Journal of Social Psychology*, 145(5), 618-620. doi:10.3200/SOCP.145.5.618-620
- Morrison, T. G., Morrison, M. A., Hopkins, C., & Rowan, E. T. (2004). Muscle mania: Development of a new scale examining the drive for muscularity in canadian males. *Psychology of Men & Masculinity*, 5(1), 30-39. doi:10.1037/1524-9220.5.1.30
- Nelson, D. L., Castonguay, L. G., & Locke, B. D. (2011). Challenging stereotypes of eating and body image concerns among college students: Implications for diagnosis and treatment of diverse populations. *Journal of College Counseling*, 14(2), 158-172. doi:10.1002/j.2161-1882.2011.tb00270.x
- Nicholas, C. L. (2004). Gaydar: Eye-gaze as identity recognition among gay men and lesbians. *Sexuality and Culture*, 8(1), 60-86. doi:10.1007/s12119-004-1006-1
- Pachankis, J. E., & Goldfried, M. R. (2006). Social anxiety in young gay men. *Journal of Anxiety Disorders*, 20(8), 996-1015. doi:10.1016/j.janxdis.2006.01.001
- Parent, M. C. (2013). Clinical considerations in etiology, assessment, and treatment of men's muscularity-focused body image disturbance. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(1), 88-100. doi:10.1037/a0025644
- Peplau, L. A., Frederick, D. A., Yee, C., Maisel, N., Lever, J., & Ghavami, N. (2009). Body image satisfaction in heterosexual, gay, and lesbian adults. *Archives of Sexual Behavior*, 38(5), 713-725. doi:10.1007/s10508-008-9378-1

- Pook, M., Tuschen-Caffier, B., & Brähler, E. (2008). Evaluation and comparison of different versions of the body shape questionnaire. *Psychiatry Research*, 158(1), 67-73. doi:10.1016/j.psychres.2006.08.002
- Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of Consumer Research*, 18(1), 71-83.
- Rosario, M., Schrimshaw, E. W., Hunter, J., & Braun, L. (2006). Sexual identity development among lesbian, gay, and bisexual youths: Consistency and change over time. *Journal of Sex Research*, 43(1), 46-58. doi:10.1080/00224490609552298
- Schroeder, J. E. (1996). An analysis of the consumer susceptibility to interpersonal influence scale. *Journal of Social Behavior and Personality*, 11(3), 585-599.
- Schumaker, J., & Groth-Marnat, G. (1988). The role of suggestibility in the understanding and treatment of anorexia nervosa. *Corrective and Social Psychiatry*, 35, 24-27.
- Sell, R. L. (1997). Defining and measuring sexual orientation: A review. *Archives of Sexual Behavior*, 26(6), 643-658.
- Siconolfi, D., Halkitis, P. N., Allomong, T. W., & Burton, C. L. (2009). Body dissatisfaction and eating disorders in a sample of gay and bisexual men. *International Journal of Men's Health*, 8(3), 254-264. doi:10.3149/jmh.0803.254
- Slama, M., & Celuch, K. (1995). Self-presentation and consumer interaction styles. *Journal of Business and Psychology*, 10(1), 19-30.
- Smith, A. R., Hawkeswood, S. E., Bodell, L. P., & Joiner, T. E. (2011). Muscularity versus leanness: An examination of body ideals and predictors of disordered eating in heterosexual and gay college students. *Body Image*, 8(3), 232-236. doi:10.1016/j.bodyim.2011.03.005
- Thompson, J. K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. S., & Heinberg, L. J. (2004). The sociocultural attitudes towards appearance scale-3 (SATAQ-3): Development and

- validation. *International Journal of Eating Disorders*, 35(3), 293-304.
doi:10.1002/eat.10257
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington DC: American Psychological Association.
- Tiggemann, M., & McGill, B. (2004). The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(1), 23-44.
- Walloch, J. C., Cerezo, A., & Heide, F. (2012). Acceptance and commitment therapy to address eating disorder symptomatology in gay men. *Journal of LGBT Issues in Counseling*, 6(4), 257-273. doi:10.1080/15538605.2012.725648
- Wiseman, M. C., & Moradi, B. (2010). Body image and eating disorder symptoms in sexual minority men: A test and extension of objectification theory. *Journal of Counseling Psychology*, 57(2), 154-166. doi:10.1037/a0018937
- Wolfe, R. N., Lennox, R. D., & Cutler, B. L. (1986). Getting along and getting ahead: Empirical support for a theory of protective and acquisitive self-presentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(2), 356-361. doi:10.1037/0022-3514.50.2.356
- Yelland, C., & Tiggemann, M. (2003). Muscularity and the gay ideal: Body dissatisfaction and disordered eating in homosexual men. *Eating Behaviors*, 4(2), 107-116. doi:10.1016/S1471-0153(03)00014-X

נספחים

א. שאלוני המחקר בעברית

1. הסכמה מדעת

שלום,

שמי עידו גיגי, ואני סטודנט לתואר שני בפסיכולוגיה קלינית במרכז האקדמי "רופין".

במסגרת עבודת הגמר שלי (המונחית על-ידי ד"ר רחל בכנר) אני עורך מחקר שנועד לבדוק עמדות חברתיות של גברים בנוגע לנושאים שונים. המחקר ינסה לקשור בין מספר תחומים, אשר כל אחד מהם נחקר לחוד בעבר, וזאת במטרה להגיע להבנה טובה יותר של האופן בו גברים בישראל תופסים את עצמם ואת הסובבים אותם. בכך מציג המחקר הסתכלות חדשה, אשר עשויה להיות לה תרומה משמעותית למחקר ואולי אף לעולם טיפול. המחקר אושר על-ידי ועדת האתיקה של המרכז האקדמי "רופין".

השתתפות במחקר כרוכה במענה על שאלונים שיוצגו לך בהמשך. משך הזמן המשוער למענה על השאלונים הוא כ-15 דקות. אני מעריך מאוד את הזמן שאתה מוכן להקדיש למען מטרה זו. עם זאת, בכל שלב תוכל להפסיק את השתתפותך במחקר על-ידי סגירת דפדפן האינטרנט.

המענה על השאלות הינו אנונימי. המידע שייאסף באמצעות השאלונים ישמש לצורכי מחקר בלבד. לא יעשה כל קישור בין זהות המשתתף לבין התשובות שענה על השאלות, ולא ניתן יהיה להפיק מהשאלונים מידע אישי, אלא במקרה שיבקש במפורש לקבל פידבק אישי או שיבקש לקבל מידע בנוגע לתוצאות המחקר.

אשמח לשתף אותך במסקנות אליהן אגיע בתום תקופת הרצת המחקר, בעוד כשנה. לשם כך תתבקש בהמשך להשאיר פרטי התקשרות כדי שאוכל ליצור אתך קשר בעתיד. בנוסף, בקרב משתתפים שישאירו פרטי התקשרות אמיתיים, תיערך הגרלה של תלושי שי בשווי 350 ש"ח כל אחד. כאמור, פרטי ההתקשרות יישמרו בנפרד מתשובותך במטרה להגן על פרטיותך.

לכל שאלה או הערה ניתן לפנות אלי בטלפון : 052-4216192 או במייל : idogigi@gmail.com.

עם בחירה באפשרות "אני מסכים להשתתף במחקר" בתחתית דף זה, הינך מצהיר כי :

1. קראתי והבנתי את הכתוב לעיל בנוגע למחקר.
 2. לי כי המחקר אושר על-ידי ועדת האתיקה של המרכז האקדמי "רופין".
 3. מובן לי כי אני חופשי להפסיק בכל עת את השתתפותי במחקר.
 4. ידוע לי כי זהותי תישמר אנונימית, וכי לא יעשה במחקר שימוש בפרטים מזהים, אלא אם אבקש במפורש לקבל פידבק אישי או שאבקש לקבל מידע על תוצאות המחקר.
 5. ידוע לי כי בכל בעיה הקשורה למחקר אוכל לפנות לעידו גיגי להתייעצות נוספת (דרך פרטי ההתקשרות הרשומים לעיל).
- שימו לב- השאלונים מיועדים לגברים בגילאי 18-35 בלבד. מי שאינו/ה עומד/ת בתנאים אלה, מתבקש/ת לא להשיב עליהם.

חתימה בראשי תיבות : _____

☐ אני מסכים להשתתף במחקר.

☐ אני לא מסכים להשתתף במחקר.

2. שאלון דמוגרפיה

- א. מגדר :
- גבר
- אישה
- אחר, פרט : _____
- ב. גיל : _____
- ג. גובה (בסנטימטרים) : _____
- ד. משקל (בקילוגרמים) : _____
- ה. ארץ לידה : _____
- ו. ארץ מגורים : _____
- ז. מוצא :
- אשכנזי
- ספרדי
- מעורב
- אחר, פרט : _____
- ח. מידת דתיות :
- חילוני
- מסורתי
- דתי
- חרדי
- ט. סטאטוס זוגי :
- לא בזוגיות
- בזוגיות, ללא מגורים משותפים
- בזוגיות, עם מגורים משותפים
- נשוי
- אחר, פרט : _____
- י. מספר ילדים : _____
- יא. מהו תחום העיסוק או הלימודים שלך? _____
- יב. מספר שנות השכלה : _____
- יג. מספר שנות השכלה של אביך : _____
- יד. מספר שנות השכלה של אמך : _____

3. Kinsey scale

פריטי השאלון שולבו בתוך שאלון הדמוגרפיה.

א. כיצד היית מתאר את ההתנסויות המיניות שלך?

- הטרסקסואליות באופן מוחלט (כלומר : כוללות רק פרטנרים/ות מהמין השני).
- בעיקר הטרסקסואליות, עם התנסויות הומוסקסואליות בודדות.
- בעיקר הטרסקסואליות, עם התנסויות הומוסקסואליות מידי פעם.
- הטרסקסואליות והומוסקסואליות במידה שווה.
- בעיקר הומוסקסואליות, עם התנסויות הטרסקסואליות מידי פעם.
- בעיקר הומוסקסואליות, עם התנסויות הטרסקסואליות בודדות.
- הומוסקסואליות באופן מוחלט (כלומר : כוללות רק פרטנרים/ות מאותו המין).
- אני לא לוקח חלק בהתנסויות מיניות

ב. כיצד היית מתאר את הפנטזיות המיניות שלך?

- הטרסקסואליות באופן מוחלט (כלומר : מתייחסות רק פרטנרים/ות מהמין השני).
- בעיקר הטרסקסואליות, עם פנטזיות מיניות הומוסקסואליות בודדות.
- בעיקר הטרסקסואליות, עם פנטזיות מיניות הומוסקסואליות מידי פעם.
- הטרסקסואליות והומוסקסואליות במידה שווה.
- בעיקר הומוסקסואליות, עם פנטזיות מיניות הטרסקסואליות מידי פעם.
- בעיקר הומוסקסואליות, עם פנטזיות מיניות הטרסקסואליות בודדות.
- הומוסקסואליות באופן מוחלט (כלומר : מתייחסות רק לפרטנרים/ות מאותו המין).
- אין לי פנטזיות מיניות

4. הערכת השפעה של מודעות פרסומיות²

מיד יוצגו בפניך מספר מודעות פרסומיות.

² למשתתפים במחקר הוצגו התמונות בגודל גדול יותר מהגודל בו הן מוצגות כאן.

הבט בכל אחת מהן בעיון, ולאחר מכן השב על השאלות שיופיעו מתחתיה.
א.



- האם הפרסומת גרמה לחופשה ביוון להיראות אטרקטיבית יותר ממה שחשבת עליה בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתצא לחופש ביוון?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שאצא לחופשה ביוון", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שאצא לחופשה ביוון".

ב.



- האם הפרסומת גרמה למוצרי הלבשה התחתונה של H&M להיראות אטרקטיביים יותר ממה שחשבת עליהם בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתרכוש מוצרי הלבשה תחתונה של H&M?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שארכוש מוצרי הלבשה תחתונה של H&M", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שארכוש מוצרי הלבשה תחתונה של H&M".

ג.



- אם הפרסומת גרמה למוצרים של IKEA להיראות אטרקטיביים יותר ממה שחשבת עליהם בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתרכוש מוצרים של IKEA?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שארכוש מוצרים של IKEA", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שארכוש מוצרים של IKEA".

ד.



- האם הפרסומת גרמה לתכנית האימונים "הולמס פלייס 2go" להיראות אטרקטיבית יותר ממה שחשבת עליה בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- האם הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתצטרף לתכנית האימונים "הולמס פלייס 2go"?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שאצטרף לתכנית האימונים", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שאצטרף לתכנית האימונים".

ה.



iPhone 5
Loving it is easy.
That's why so many people do.

- האם הפרסומת גרמה ל- iPhone 5 להיראות אטרקטיבי יותר ממה שחשבת עליו בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתרכוש iPhone5?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שארכוש iPhone5", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שארכוש iPhone5".

.1



- האם הפרסומת גרמה ל- NIVEA ACTIVE3 להיראות אטרקטיבי יותר ממה שחשבת עליו בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתרכוש את המוצר NIVEA AVTIVE3?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שארכוש את המוצר", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שארכוש את המוצר".

.2

עצומה להצלת חוף זבולון

מספר חתימות

5,500 2,018

1.3 איילי אייבויז 8 Tweet 2



פורסם בתאריך: 22/07/2012

חוף זבולון הוא אחד החופים החוליים המעטים שנשארו בבריטניה. עריית הרמליה מתכננת לבנות על החוף קירות בטון וסדרה. ע"פ מודלים בארץ ובעולם פעולה כזאת אגרסיבית בחוף כל כך צר ולא משוקם, תגרסם לבריחה מאסיבית של החול מה שישאיר בתוך כמה שנים מדרגה הרסוה וסלעים הנזק הוא בלתי הפיך

עריית הרמליה חושבת שרק קבוצה קטנה של גולשים מתנגדים להקמת הסיידה. העצומה הזאת מטעה להראות לעירייה אחרת. חיתומה על העצומה אם גם אתם אוהבים להלך על חול בינן אם גם אתם רוצים שהילדים שלכם ישחקו בחול, אם גם אתם רוצים למנוע את ההרס.

- האם הפרסומת גרמה לנושא של הצלת חוף זבולון להיראות חשוב יותר ממה שחשבת עליו בעבר?
- אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת החשיבות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת החשיבות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתחתום על עצומה להצלת חוף זבולון?
- אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שאחתום על העצומה" ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שאחתום על העצומה".

ח.



- האם הפרסומת גרמה ל- Sony VAIO להיראות אטרקטיבי יותר ממה שחשבת עליו בעבר?
- אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתרכוש מחשב נייד מסוג Sony VAIO?
- אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שארכוש את המחשב", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שארכוש את המחשב".

ט.



- האם הפרסומת גרמה למוצר Colgate MaxWhite ONE להיראות אטרקטיבי יותר ממה שחשבת עליו בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתרכוש את המוצר Colgate MaxWhite ONE?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שארכוש את המוצר" ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שארכוש את המוצר".

י.



- האם הפרסומת גרמה לטיסות של חברת Lufthansa להיראות אטרקטיביות יותר ממה שחשבת עליהן בעבר?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על מידת האטרקטיביות", ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על מידת האטרקטיביות".
- איך הפרסומת השפיעה על הסיכוי שתבחר לטוס עם חברת Lufthansa?
אנא סמן מספר מ-0 עד 9, כאשר 0 פירושו "לא השפיעה כלל על הסיכוי שאבחר לטוס עם החברה" ו-9 פירושו "השפיעה מאוד על הסיכוי שאבחר לטוס עם החברה".

5. (EAT-26) Eating Attitudes Test-26

מס' פריט	פריט	תמיד	בדרך כלל	לעיתים קרובות	לפעמים	לעיתים רחוקות	אף פעם
1	מפחידות אותי המחשבות שאני שמנה.						
2	אני נמנעת מאכילה כשאני רעבה.						
3	אני מוצאת את עצמי מגלה עיסוק יתר בנושאי אוכל.						
4	התנסיתי בזלילה תוך הרגשה שאיני יכולה לחדול.						
5	אני חותכת את המזון לפיסות קטנות.						
6	אני מודעת לכמות הקלוריות שבמזון אותו אני אוכלת.						
7	אני נמנעת במיוחד מאכילת מזון עשיר בפחמימות (לחם, אורז, תפוחי אדמה, וכו').						
8	אני מרגישה שאחרים היו מעדיפים שאוכל יותר.						
9	אני מקיאה לאחר הארוחות.						
10	אני חשה מאוד אשמה לאחר אכילה.						
11	אני מגלה עיסוק-יתר בשאיפה להיות רזה יותר.						
12	אני חושבת על שריפת קלוריות בזמן שאני מתעמלת.						
13	אחרים חושבים שאני רזה מדי.						
14	אני מוטרדת מהמחשבה שיש שומן על גופי.						
15	לוקח לי יותר זמן מאשר לאחרים לאכול את הארוחות.						
16	אני נמנעת מלאכול מזון עם סוכר.						
17	אני אוכלת מזון דיאטטי.						
18	אני מרגישה שאוכל שולט על חיי.						
19	אני מראה שליטה עצמית בנושאי מזון.						
20	אני מרגישה שאחרים לוחצים עלי לאכול.						
21	אני מקדישה יותר מדי זמן ומחשבה לאוכל.						
22	אני מרגישה אי נוחות לאחר אכילת ממתקים.						
23	אני עסוקה בענייני דיאטה.						
24	אני מעדיפה שהקיבה שלי תהיה ריקה.						
25	אני נהנית לנסות מאכלים חדשים עתירי קלוריות.						
26	יש לי דחף להקיא אחרי ארוחות.						

6. ³(BSQ) Body Shape Questionnaire

בארבעת השבועות האחרונים :

4. האם פחדת מכך שאתה עשוי להיעשות שמן (או שמן יותר)?
6. האם להרגיש מלא (לדוגמה, אחרי אכילת ארוחה גדולה) גרם לך להרגיש שמן?
13. האם מחשבות על מבנה הגוף שלך הפריעו לך ליכולת להתרכז (למשל, בעת צפייה בטלוויזיה, קריאה, האזנה לשיחות)?
16. האם דמיינת חיתוך של אזורים שמנים מגופך?
19. האם חשת גדול ומעוגל במידה מוגזמת?
23. האם חשבת שאתה בגזרה שהנך בגלל היעדר שליטה עצמית?
29. האם ראיית ההשתקפות שלך (למשל, במראה או בחלון ראויה) גרמה לך להרגיש רע לגבי מבנה גופך?
33. האם היית רגיש באופן מיוחד לגזרה שלך בעת שהיית בחברתם של אנשים אחרים?

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא :

תמיד	בדרך כלל	לעיתים קרובות	לפעמים	לעיתים רחוקות	אף פעם
------	----------	---------------	--------	---------------	--------

7. ⁴(DMAQ) Drive for Muscularity Attitude Questionnaire

1. אני לא רוצה להיעשות שרירי יותר.
2. הלוואי שהרגליים שלי היו שריריות יותר.
3. כאשר אני רואה בחור שהוא ממש שרירי, זה מעורר בי השראה להיעשות גדול יותר בעצמי.
4. שריריות חשובה לי (או : חשוב לי להיות שרירי).
5. אני חושב שאני צריך להעלות מספר קילוגרמים של מסת שריר.
6. אני לא רוצה שהזרועות שלי יהיו שריריות יותר.
7. אני צריך להתאמן יותר כדי להגדיל את מסת השריר.
8. אני ארגיש יותר ביטחון אם שרירי הגב שלי יהיו גדולים יותר.

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא :

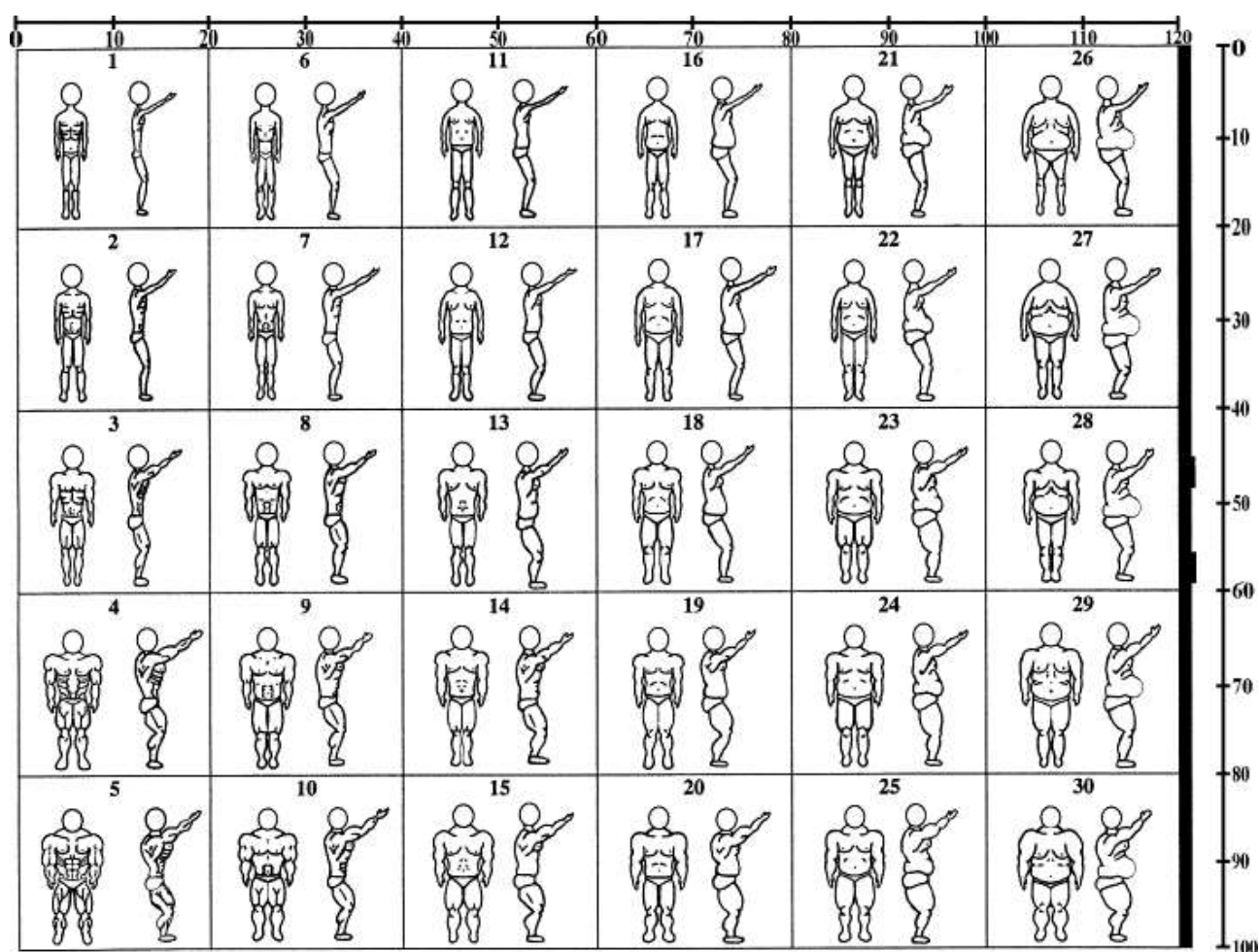
מסכים בהחלט	מסכים	מסכים ולא מסכים במידה שווה	לא מסכים	לא מסכים כלל
-------------	-------	----------------------------	----------	--------------

³ מספרי הפריטים מתייחסים למספרי הפריטים בשאלון ה- BSQ המלא, אשר כולל 34 פריטים (מתוכם ב- 8 נעשה שימוש במחקר הנוכחי).

⁴ בשאלון זה לא נעשה שימוש במחקר המקדים, אלא רק במחקר הסופי.

8. (BIG) Bodybuilder Image Grid

האיור הבא מציג מגוון דמויות גבריות השונות זו מזו בשומן הגוף שלהן ובמסת השריר שלהן. התבונן באיור, ולאחר מכן, ענה על השאלות שמופיעות בתחתית העמוד.



- מהו מספר האיור שאתה חושב שמייצג הכי טוב את צורת הגוף הנוכחית שלך?
- מהו מספר האיור שאתה חושב שמייצג הכי טוב את צורת הגוף האידיאלית בעיניך?

9. (CAS) Concern for Appropriateness Scale

פריט	נכון מאוד	נכון	נכון במידת מה	בדרך כלל לא נכון	לא נכון כלל
1. אני נוטה להציג צדדים שונים של עצמי לאנשים שונים.					
2. אני מרגיש שאם כל אחד בקבוצה מתנהג באופן מסוים, זה חייב להיות אופן ההתנהגות הנכון.					
3. אני נמנע באופן פעיל מללבוש בגדים שאינם באופנה.					
4. במצבים שונים ועם אנשים שונים אני לובש צורות שונות מאוד של התנהגות.					
5. במסיבות אני בדרך כלל מנסה להתנהג באופן שמאפשר לי להשתלב.					
6. כאשר אינני בטוח כיצד לפעול בסיטואציה חברתית, אני צופה בהתנהגותם של אחרים כדי להבין איך להתנהג.					
7. למרות שאני מכיר את עצמי, אני מוצא שאחרים אינם מכירים אותי.					
8. אני מנסה לשים לב לתגובות של אחרים להתנהגותי, כדי להימנע מלהיות יוצא דופן.					
9. אני מוצא שיש לי נטייה לקלוט ביטויי סלנג מאנשים אחרים ולאמץ אותם כחלק מאוצר המילים שלי.					
10. מצבים שונים יכולים לגרום לי להתנהג כאילו הייתי אנשים שונים מאוד זה מזה.					
11. אני נוטה לשים לב כיצד אנשים אחרים מתלבשים.					
12. המבט הקל ביותר של ביקורת בעיניו של אדם שאתו אני בקשר כלשהו, די בו כדי לגרום לי לשנות את גישתי.					
13. אנשים שונים נוטים לקבל רשמים שונים לגבי האדם שאני.					
14. חשוב לי להשתלב בקבוצה בה אני נמצא.					
15. התנהגותי תלויה לעתים קרובות באופן שבו אני מרגיש שאחרים רוצים שאתנהג.					
16. אינני תמיד האדם שאנשים מניחים שאני.					
17. אם יש לי ספק ולו הקל ביותר לגבי התנהגותי בסיטואציה חברתית, אני צופה בהתנהגותם של אחרים כדי להבין איך להתנהג.					
18. אני בדרך כלל עומד בקצב השינויים באופנה על ידי צפייה במה שאחרים לובשים.					
19. יש לי לעתים הרגשה שאנשים לא יודעים מי אני באמת.					
20. בסיטואציה חברתית מסוימת, אני נוטה לא "ללכת עם הזרם", אלא להתנהג באופן שמתאים למצב רוחי באותו זמן.					

10. (SATAQ-3) The Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3⁵

קרא את המשפטים הבאים בעיון, וציין איזו תשובה מייצגת את המידה בה אתה מסכים עם המשפט:

3. לא אכפת לי אם הגוף שלי נראה כמו הגוף של אנשים המופיעים בטלוויזיה.
4. אני משווה את הגוף שלי לגופם של אנשים מהטלוויזיה.
7. הייתי רוצה שהגוף שלי ייראה כמו של דוגמנים המופיעים במגזינים
8. אני משווה את המראה שלי למראה של כוכבי טלוויזיה וקולנוע
11. הייתי רוצה שהגוף שלי ייראה כמו של אנשים בסרטים
12. אני לא משווה את הגוף שלי לגופם של אנשים המופיעים במגזינים
15. הלוואי שהייתי נראה כמו הדוגמנים בקליפים מוזיקאליים
16. אני משווה את המראה שלי למראה של אנשים שמופיעים במגזינים
19. אני לא רוצה להראות אתלטי כמו אנשים שמופיעים במגזינים.
20. אני משווה את הגוף שלי לזה של אנשים בעלי כושר טוב.
23. הלוואי שהייתי נראה אתלטי כמו כוכבי ספורט.
24. אני משווה את גופי לגופם של אנשים אתלטיים.
27. אני לא מנסה להיראות כמו אנשים בטלוויזיה.
30. אני מנסה להיראות כמו ספורטאים.

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא:

לא מסכים כלל	לא מסכים	מסכים ולא מסכים במידה שווה	מסכים	מסכים בהחלט
--------------	----------	----------------------------	-------	-------------

⁵ מספרי הפריטים מתייחסים למספרי הפריטים בשאלון המקורי, אשר כלל פריטים נוספים בהם לא נעשה שימוש במחקר הנוכחי.

11. תת סולם Normative Influence מתוך השאלון: Consumer Susceptibility to

(CSII) Interpersonal Influence

1. אני ממעט לרכוש את המוצרים העדכניים ביותר עד שאני בטוח שהחברים שלי יאשרו אותם.
2. חשוב שאחרים יאהבו את המוצרים והמותגים שאני קונה.
3. בעת רכישת מוצרים, אני לרוב רוכש את המוצרים שאני חושב שאחרים יאשרו.
4. אם אנשים אחרים יכולים לראות אותי משתמש במוצר כלשהו, אני לרוב ארכוש את המותג שהם מצפים ממני לקנות.
5. אני אוהב לדעת אילו מותגים ומוצרים עושים רושם טוב על אחרים.
6. אני משיג תחושת שייכות על-ידי רכישת אותם המוצרים והמותגים שאחרים רוכשים.
7. אם אני רוצה להיות דומה למישהו, אני לעיתים קרובות מנסה לקנות את אותם המותגים שהוא קונה.
8. לעיתים קרובות אני מזדהה עם אנשים אחרים על-ידי רכישת אותם המוצרים והמותגים שהם רוכשים.

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא:

מסכים בהחלט	מסכים במידה רבה	מסכים	מסכים ולא מסכים במידה שווה	לא מסכים	לא מסכים במידה רבה	לא מסכים כלל
----------------	--------------------	-------	----------------------------	----------	-----------------------	-----------------

12. תת הסולמות Scarcity ו-Authority מתוך השאלון: Susceptibility Questionnaire

: Scarcity

1. אני מאמין שמוצרים נדירים הם בעלי ערך רב יותר ממוצרים המיוצרים בייצור המוני
2. כאשר החנות האהובה עליי עומדת להיסגר, אני אבוא לבקר בה כי זו ההזדמנות האחרונה שלי

: Authority

3. אני תמיד הולך בעקבות העצות של רופא המשפחה שלי.
4. כאשר מרצה אומר לי משהו, אני נוטה להאמין שהוא נכון.

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא:

מסכים בהחלט	מסכים במידה רבה	מסכים	מסכים ולא מסכים במידה שווה	לא מסכים	לא מסכים במידה רבה	לא מסכים כלל
----------------	--------------------	-------	----------------------------	----------	-----------------------	-----------------

The selflessness scale⁶ 13

פריט	נכון מאוד	נכון	לא נכון	לא כלל נכון
1. אני מוכן להקריב הרבה כדי לשמח ולהיטיב עם אחרים.				
2. אם מישהו פוגע בי אני נוטה לסלוח.				
3. אני נוטה לוותר לרצונותיהם של אחרים.				
4. אם התקציב המשפחתי מוגבל, אוותר בדרך כלל על חלקי.				
5. אם מישהו מבני משפחתי נמצא בצרה קשה ואני לא יכול להועיל, ארגיש שאין טעם לחיי				
6. אם לאדם יש חובות למלא עבורי, לא אכפת לי מה הן צרותיו.				
7. אני עסוק יותר בצרותיהם של אחרים מאשר בעניינים שלי.				
8. לא נורא אם אנצל קצת אחרים.				
9. אם אחד מבני משפחתי אוהב לעשות דבר מה, ומבקש ממני להצטרף אליו, אצטרף כדי לשמח אותו אפילו אם אין לי עניין או הנאה מכך.				
10. אם אני משתמש במשהו ונראה לי שמישהו מבני הבית נזקק לאותו הדבר, בדרך כלל אפנה את מקומי.				
11. אם אראה שאחד מבני ביתי עצוב, אחוש מיד לנחמו או לשמחו.				
12. הנאה עבור עצמי היא הדבר האחרון שחשוב לי.				
13. אני מומחה בלנחש מה בני משפחתי או חבריי הקרובים צריכים.				
14. בהמתנה בתור (למשל בסופר או בקולנוע), אנסה בדרך כלל להתחכם ולהשיג לעצמי מקום טוב יותר.				
15. לפעמים אני מתנהג כמו הורה להוריי.				

⁶ בשאלון זה נעשה שימוש במחקר המקדים בלבד.

Dear Participant,

My name is Ido Gigi, and I'm a student at the Master of Clinical Psychology program at Ruppin Academic Center in Emek Hefer, Israel.

As part of my thesis (supervised by Dr Rachel Bachner-Melman), I'm conducting a study investigating men's attitudes toward several social topics. The research will combine different fields of knowledge that have been previously investigated separately, in order to reach a better understanding about men's perceptions of themselves and others. This study introduces new perspectives on personality and social influences that stand to make a significant contribution to both academic and clinical discourses. The research has been approved by the Ethics Committee of Ruppin Academic Center.

Participation in the study involves completing some questionnaires that will be presented to you shortly. The estimated time required is 15-20 minutes. I really appreciate the time you are willing to invest in this study. You may discontinue your participation in the study at any stage simply by closing the web browser.

Your participation in the study can remain anonymous if you wish. The data collected from the questionnaires will be used for research purposes only. Answers to the questionnaires will be kept separately from any personal details you provide, and no link will be made between them, unless you would like to request personal feedback and/or receive the conclusions reached from this study. If you would like to receive one or both of these (estimated timing: September-October 2014), you will be asked to provide contact details. **There will also be a raffle with a four separate prizes of \$100 Amazon coupons, among all participants who complete the questionnaires in a valid way and provide verifiable contact details.** Again, your contact details will be kept separately from the answers to your questionnaires in order to protect your privacy.

You are welcome to contact me by e-mail with any comments or questions you have: idogigi@gmail.com.

By clicking on "I agree" below, you declare that:

1. You have read the above description of the study and understood it.
2. You are aware the study has been approved by the Ethics Committee of Ruppin Academic Center.
3. You understand that you can discontinue your participation in the study at any time.
4. You know that any identifying information you provide will remain separate from the questionnaires you complete, unless you request personal feedback and/or conclusions of the study.
5. You know that for you can contact Ido Gigi with any problems or questions related to the research, by sending an email to idogigi@gmail.com.

Please note that only men between the ages of 18 and 35 are eligible to participate in the study.

Initials: _____

- ☐ I **agree** to participate in the study.
- ☐ I **do not agree** to participate in the study.

2. שאלון דמוגרפיה

a. Gender:

- Male
- Female
- Other: _____

b. Age: _____

c. Height (in centimeters): _____

d. Weight (in kilograms): _____

e. Place of birth: _____

f. Country of residence: _____

g. Religion:

- Jewish
- Christian
- Moslem
- Other: _____

h. Religious practice:

- Secular
- Traditional
- Religious
- Very religious (or ultra-religious if Jewish)

i. Relationship status:

- Not in relationship
- In a relationship, not living together
- In a relationship, living together
- Married
- Other: _____

j. Number of children: _____

k. Occupation: _____

l. Years of education (including school and any tertiary education): _____

m. Father's education (number of years including school and any tertiary education): _____

n. Mother's education (number of years including school and any tertiary education): _____

Kinsey scale .3

פריטי השאלון שולבו בתוך שאלון הדמוגרפיה.

a. How would you describe your sexual experience?

- Exclusively heterosexual (i.e. only with partners of the opposite gender).
- Predominantly heterosexual, only incidentally homosexual
- Predominantly heterosexual, but more than incidentally homosexual
- Equally heterosexual and homosexual
- Predominantly homosexual, but more than incidentally heterosexual
- Predominantly homosexual, only incidentally heterosexual
- Exclusively homosexual (i.e. only with partners of the same gender)
- I do not engage in sexual experience

b. How would you describe your sexual fantasies?

- Exclusively heterosexual (i.e. only refer to partners of the opposite gender)
- Predominantly heterosexual, only incidentally homosexual
- Predominantly heterosexual, but more than incidentally homosexual
- Equally heterosexual and homosexual
- Predominantly homosexual, but more than incidentally heterosexual
- Predominantly homosexual, only incidentally heterosexual
- Exclusively homosexual (i.e. only refer to partners of the same gender)
- I don't have sexual fantasies

4. הערכת השפעה של מודעות פרסומית⁷

Several ads will now be presented to you.
Look closely at each, and answer the questions below it.

a. .



- Did the ad made vacation in Bali look more attractive than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you going on vacation to Bali?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

b.



- Did the ad made H&M underwear look more attractive than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you buying H&M underwear?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

⁷ למשתתפים במחקר הוצגו התמונות בגודל גדול יותר מהגודל בו הן מוצגות כאן.

c.



- Did the ad made IKEA's products look more attractive than they seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you buying IKEA's products?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

d.



- Did the ad made Holmes Place 2go training program look more attractive than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you joining Holmes Place 2go training program?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

e.



- Did the ad made iPhone 5 look more attractive than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you buying iPhone 5?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

f.



- Did the ad made NIVEA ACTIVE 3 look more attractive than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you buying NIVEA ACTIVE 3?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

g.

Help Save the Great Barrier Reef



Over 30 years ago the Great Barrier Reef was protected from mining. Then Queensland Premier Joh Bjelke-Petersen wanted to drill the Reef for oil and gas. Then community, scientists and conservationists wouldn't stand for it and called on the Federal Government to intervene. Today, the Reef is under a similar but greater threat than ever – yet the solution is the same, community action.

TAKE ACTION!

Please join tens of thousands of
Australians and add your name to the
petition for the Great Barrier Reef:

Federal Environment Minister:

Please take immediate action to protect the Great Barrier Reef and halt all industrial development activity in the Great Barrier Reef World Heritage Area and Surrounds. We ask that you do not approve any new major coastal developments until the strategic assessment of the Reef has been completed.

Email Address

you@semail.com

Take 127-247 across the 101. In the mid of gold month.

Sign the petition!

247,674 signatures

- Did the ad made saving the Great Barrier Reef seem more important than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of importance at all, 9= Greatly affected level of importance).
- Did the ad influence the chances of you signing a petition to save the Great Barrier Reef?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

h.



- Did the ad made Sony VAIO look more attractive than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you buying Sony VAIO laptop?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

i.



- Did the ad made Colgate MaxWhite ONE look more attractive than it seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you buying Colgate MaxWhite ONE?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

j.



- Did the ad made Lufthansa's flights look more attractive than they seemed to you beforehand?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't affect level of attractiveness at all, 9= Greatly affected level of attractiveness).
- Did the ad influence the chances of you flying with Lufthansa?
Choose a number between 0 and 9 (0= Didn't influence at all, 9= Greatly Influenced).

(EAT-26) Eating Attitudes Test-26 .5

Please check a response for each of the following statements:

	Always	Usually	Often	Sometimes	Rarely	Never	Score
1. Am terrified about being overweight	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
2. Avoid eating when I am hungry	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
3. Find myself preoccupied with food	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
4. Have gone on eating binges where I feel that I may not be able to stop	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
5. Cut my food into small pieces	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
6. Aware of the calorie content of foods that I eat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
7. Particularly avoid food with a high carbohydrate content (i.e. bread, rice, potatoes, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
8. Feel that others would prefer if I ate more	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
9. Vomit after I have eaten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
10. Feel extremely guilty after eating	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
11. Am preoccupied with a desire to be thinner	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
12. Think about burning up calories when I exercise	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
13. Other people think that I am too thin	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
14. Am preoccupied with the thought of having fat on my body	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
15. Take longer than others to eat my meals	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
16. Avoid foods with sugar in them	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
17. Eat diet foods	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
18. Feel that food controls my life	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
19. Display self-control around food	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
20. Feel that others pressure me to eat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
21. Give too much time and thought to food	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
22. Feel uncomfortable after eating sweets	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
23. Engage in dieting behavior	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
24. Like my stomach to be empty	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
25. Enjoy trying new rich foods	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___
26. Have the impulse to vomit after meals	☐	☐	☐	☐	☐	☐	___

⁸(BSQ) Body Shape Questionnaire .6

We should like to know how you have been feeling about your appearance over the PAST FOUR WEEKS. Please read each question and drde the appropriate number to the right. Please answer all the questions

OVER THE PAST FOUR WEEKS:

4. Have you been afraid that you might become fat (or fatter)?
6. Have feeling full (e.g., after eating a large meal) made you feel fat?
13. Has thinking about your shape interfered with your ability to concentrate (e.g., while watching television, reading, listening to conversations)?
16. Have you imagined cutting off fleshy areas of your body?
19. Have you felt excessively large and rounded?
23. Have you thought that you are the shape you are because you lack self-control?
29. Has seeing your reflection (e.g., in a mirror or shop window) made you feel bad about your shape?
33. Have you been particularly self-conscious about your shape when in the company of other people?

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא :

Always	Very often	Often	Sometimes	Rarely	never
--------	------------	-------	-----------	--------	-------

(DMAQ) Drive for Muscularity Attitude Questionnaire .7

1. I do not want to become more muscular
2. I wish my legs were more muscular.
3. When I see a guy who is really muscular, it inspires me to get bigger myself.
4. Muscularity is important to me.
5. I think I need to gain a few pounds of "bulk" (muscle mass) .
6. I do not wish my arms were more muscular.
7. I should work out more to increase muscle mass.
8. I would feel more confident if my lats (back muscles) were bigger.

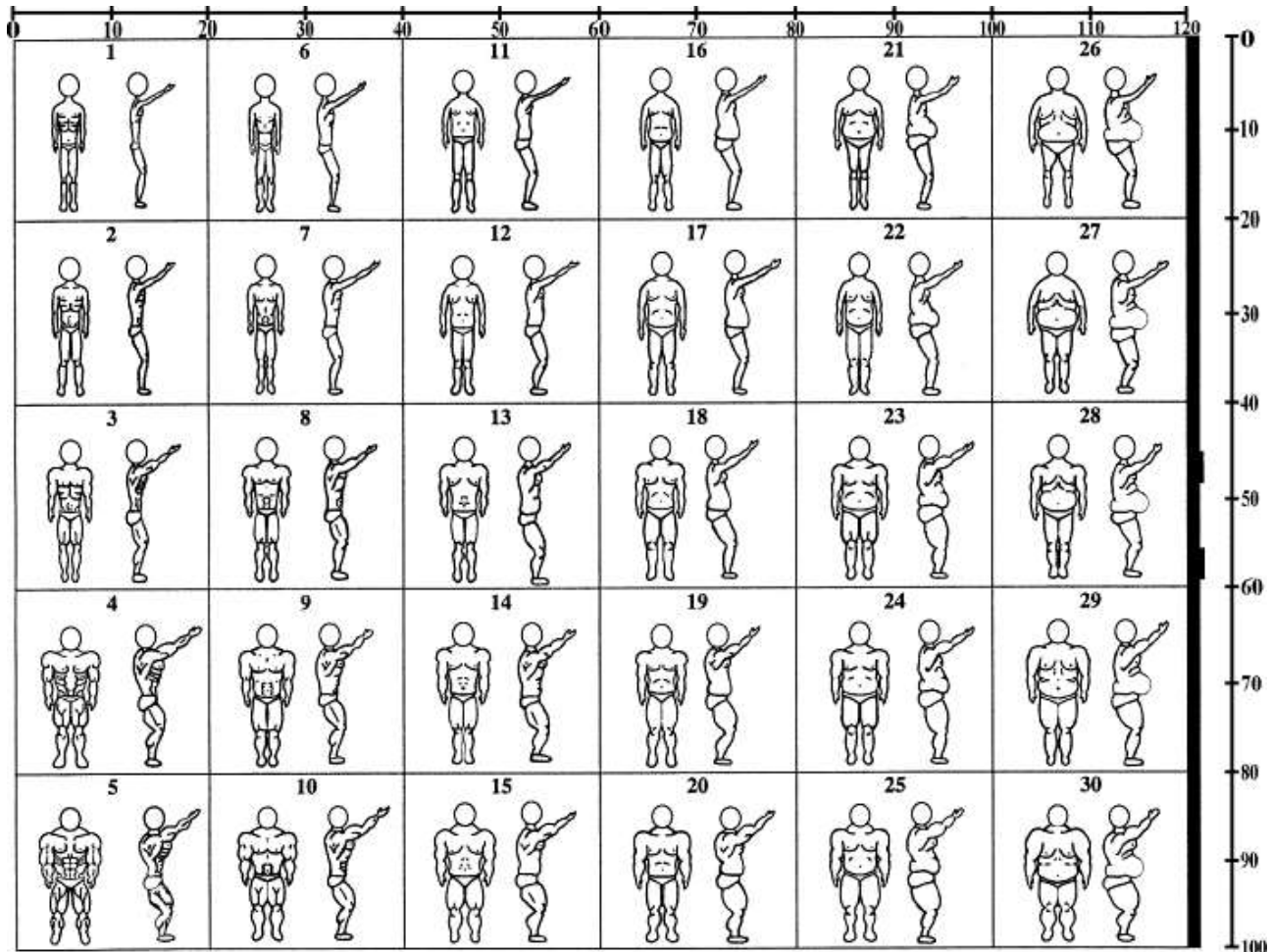
המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא :

Strongly agree agree	Agree	Equally agree and disagree	Disagre ed	Strongly disagree
-------------------------	-------	----------------------------	---------------	----------------------

⁸ מספרי הפריטים מתייחסים למספרי הפריטים בשאלון ה- BSQ המלא, אשר כולל 34 פריטים (מתוכם ב- 8 נעשה שימוש במחקר הנוכחי).

(BIG) Bodybuilder Image Grid .8

The following figure shows a grid of male figures. The figures vary in two dimensions: their body fat and their muscle mass. Look at them closely, and then answer the questions below.



- What is the number of the figure that best represents your current body?
- What is the number of the figure that best represents your ideal body?

(CAS) Concern for Appropriateness Scale .9

		Strongly agree	Agree	Agree somewhat	Disagree somewhat	Disagree	Strongly disagree
1	I tend to show different sides of myself to different people.						
2	It is my feeling that if everyone else in a group is behaving in a certain manner, this must be the proper way to behave.						
3	I actively avoid wearing clothes that are not in style.						
4	In different situations and with different people, I often act like very different persons.						
5	At parties I usually try to behave in a manner that makes me fit in.						
6	When I am uncertain how to act in a social situation, I look to the behavior of others for cues.						
7	Although I know myself, I find that others do not know me.						
8	I try to pay attention to the reactions of others to my behavior in order to avoid being out of place						
9	I find that I tend to pick up slang expressions from others and use them as part of my own vocabulary.						
10	Different situations can make me behave like very different people.						
11	I tend to pay attention to what others are wearing						
12	The slightest look of disapproval in the eyes of a person with whom I am interacting is enough to make me change my approach						
13	Different people tend to have different impressions about the type of person I am.						
14	It's important to me to fit in to the group I'm with.						
15	My behavior often depends on how I feel others wish me to behave.						
16	I am not always the person I appear to be.						
17	If I am the least bit uncertain as to how to act in a social situation, I						

	look to the behavior of others for cues.						
18	I usually keep up with clothing style changes by watching what others wear.						
19	I sometimes have the feeling that people don't know who I really am.						
20	When in a social situation, I tend not to follow the crowd, but instead behave in a manner that suits my particular mood at the time.						

⁹(SATAQ-3) The Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3.10

Please read each of the following items carefully and indicate the number that best reflects your agreement with the statement.

3. I do not care if my body looks like the body of people who are on TV.
4. I compare my body to the bodies of people who are on TV.
7. I would like my body to look like the models who appear in magazines.
8. I compare my appearance to the appearance of TV and movie stars.
11. I would like my body to look like the people who are in movies.
12. I do not compare my body to the bodies of people who appear in magazines.
15. I wish I looked like the models in music videos.
16. I compare my appearance to the appearance of people in magazines.
19. I do not wish to look as athletic as the people in magazines.
20. I compare my body to that of people in "good shape".
23. I wish I looked as athletic as sports stars.
24. I compare my body to that of people who are athletic.
27. I do not try to look like the people on TV.
30. I try to look like sports athletes.

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא :

Definitely agree	Mostly agree	Neither agree nor disagree	Mostly disagree	Definitely disagree
------------------	--------------	----------------------------	-----------------	---------------------

⁹ מספרי הפריטים מתייחסים למספרי הפריטים בשאלון המקורי, אשר כלל פריטים נוספים בהם לא נעשה שימוש במחקר הנוכחי.

11. תת סולם Normative Influence מתוך השאלון: Consumer Susceptibility to

(CSII) Interpersonal Influence

1. I rarely purchase the latest products until I am sure my friends approve of them.
2. It is important that others like the products and brands I buy.
3. When buying products, I generally purchase those brands that I think others will approve of.
4. If other people can see me using a product, I often purchase the brand they expect me to buy.
5. I like to know what brands and products make good impression on others.
6. I achieve a sense of belonging by purchasing the same products and brands that others purchase.
7. If I want to be like someone, I often try to buy the same brands that they buy.
8. I often identify with other people by purchasing the same products and brands they purchase.

Strongly agree	Agree	Agree somewhat	Equally agree and disagree	Disagreed somewhat	Disagree	Strongly disagree
----------------	-------	----------------	----------------------------	--------------------	----------	-------------------

12. תת הסולמות Scarcity ו- Authority מתוך השאלון: Susceptibility Questionnaire

Scarcity:

1. I believe rare products (scarce) are more valuable than mass products.
2. When my favorite shop is about to close, I would visit it since it is my last chance.

Authority:

3. I always follow advice from my general practitioner.
4. When a professor tells me something I tend to believe it is true.

המענה על הפריטים היה באמצעות הסולם הבא :

Strongly agree	Agree	Agree somewhat	Equally agree and disagree	Disagreed somewhat	Disagree	Strongly disagree
----------------	-------	----------------	----------------------------	--------------------	----------	-------------------