



לגמור מהצלחת: כיצד השפיע אינסטגרם על תרבות האוכל בעולם המערבי

— גילי יובל

בעשור האחרון, תיעוד ארוחות ומאכלים ושיתופם ברשתות החברתיות לרבות אינסטגרם צברו תאוצה. אנשים מרחבי העולם מצלמים את המזונות שהם מבשלים ואוכלים, יוצרים תוכן חזותי סביב אוכל ובו-בזמן צורכים דימויי אוכל שנוצרים על ידי משתמשים אחרים ואף מנהלים עמם אינטראקציה. אכילה היא פעולה בעלת משמעות חברתית וייצוגית, ותופעת תיעוד מזון (*Food Instagramming*) הביאה להצפה של דימויים חזותיים של חוויות קולינריות, אשר הביאו להרחבת המושג "ארוחה" לממדים וירטואליים וגלובליים שאינם תלויי זמן או מקום.

נוסף על ההתחקות אחר הגורם שמביא לכך שמיליוני אנשים מתעדים את מזונם ומשתפים את הרגלי האכילה שלהם על בסיס קבוע, המאמר מתאר כיצד הביאו התפתחויות טכנולוגיות והשימוש השכיח ברשתות חברתיות לשינוי מהותי בהתייחסות למזון. החל בהפיכתם של דימויי מזון ממושא לציור טבע דומם בקרב אמנים למושא תיעוד יום-יומי המוני, עבור בהיפוך המשמעות של המושג "פורנו-אוכל" (*Food Porn*), שטבע רולאן בארת' בשנות השבעים, וכלה בהתבססות אינסטגרם ככלי מחקר מהימן עבור סוציולוגים וחוקרי תרבות בתחומים כגון השפעות גלובליות על מטבחים מקומיים, הרגלי אכילה, הפרעות אכילה, בריאותנות וכיו"ב.

גילי יובל, בוגרת התוכנית לתואר שני בלימודי תרבות, ביקורת ואוצרות, אוניברסיטת Central Saint Martins, לונדון. מנהלת בבריטניה את ארגון הידידים של מוזיאוני האמנות בישראל.

בעשור האחרון הפכו תמונות של מאכלים, תקריבים מפורטים של מנות ועדכונים חיים תוך כדי הארוחה לעניין פופולרי ביותר ברשתות החברתיות, לרבות אינסטגרם – רשת חברתית המבוססת על דימויים חזותיים. הטלפון החכם הפך לחלק בלתי נפרד משולחן האוכל, במעמד כמעט שווה ערך למעמדם של הסכין והמזלג, וגם השותפים לארוחה אינם בהכרח אלו המסבים באופן פיזי אל השולחן. המושג "ארוחה" קיבל ממד וירטואלי שאינו תלוי זמן או מקום. משתמשי אינסטגרם בכל רחבי העולם מתעדים את מזונם ואת הרגלי האכילה שלהם, יוצרים תוכן חזותי סביב אוכל ובו־זמן צורכים דימויי אוכל שנוצרו על ידי משתמשים אחרים ויוצרים עמם אינטראקציה.

להלן אראה כיצד ההתפתחויות הטכנולוגיות בעשור האחרון והשימוש השכיח ברשתות חברתיות הביאו לשינוי ההתייחסות למזון, וכיצד תיעוד אוכל באינסטגרם (Food Instagramming) מרוקן את המזון ממשמעותו הגסטרונומית ומעניק לו משמעות חדשה, הנתמכת על ידי חוש הראייה בלבד. כמו כן אציג את השינויים שחלו בדימויי אוכל ממושא לציור טבע דומם בקרב אמנים לדימויי יום-יומי המוני, אגב התייחסות למושגים "פורנו-אוכל" (Food Porn) ו"אוכל מקושט" (Ornamental Cookery), שטבע רולאן בארת' (Barthes) בשנות השבעים. התיעוד השוטף של מזון ושל ארוחות באינסטגרם הביא לא רק ליצירת שיח וירטואלי המבוסס על אוכל, אלא גם להפיכת אינסטגרם לכר פורה עבור חוקרים המשתמשים בו כמסד נתונים שמאפשר התחקות אחר הרגלי תזונה ומטבחים מקומיים לצד חקר התנהגויות באזורים גיאוגרפיים שבהם נמנעת מהתושבים גישה למזון בריא בשל מחסום כלכלי או פיזי. אזורים אלו מכונים במחקרי תזונה "מדבריות אוכל"¹.

פייר בורדייה (Bourdieu) בספרו **הבחנות** (*Distinctions*) מציין כי אכילה לעולם אינה פעולה אינדיווידואלית אלא פעולה הממלאת פונקציות ביולוגיות ותרבותיות בו־זמן.² הוא מונה שלוש דרכים לצריכה של אוכל: הזנה, תרבות וייצוג, ומקשר אותן למושג "סגנון חיים" (lifestyle). בורדייה מבחין בין אכילה כצורך לבין אכילה כמותרות. אכילה כצורך ממלאת פונקציה ביולוגית-הישרדותית ונפוצה בעיקר בקרב המעמדות הנמוכים, ואילו בקרב המעמדות הגבוהים פעולת האכילה נטענת במשמעות תרבותית ומצריכה ידע והבנה הפתוחים ליודעי ח",

1. Budzynska, Katarzyna, et al., "A Food Desert in Detroit: Associations with Food Shopping and Eating Behaviours, Dietary Intakes and Obesity | Public Health Nutrition", *Cambridge Core*, Cambridge University Press, 7 May 2013

2. Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge, 1984, p. 184

ובשל כך משמרת פער מעמדי: "אנין טעם אינו רק אדם הנהנה מאכילה ושתייה: זה אדם בעל ידע ופעולות שהפכו עבורו למנהג. האכילה והשתייה הם בורבזמן פעולה וייצוג של הפעולה"³.

בבואנו לחקור דימוי מוחשי של מזון נתייחס לשלושה מוקדים שבהם נוצרת משמעות של דימוי חזותי: מוקד היצירה של הדימוי — היכן הוא נוצר ועל ידי מי; המוקד החזותי — מה רואים בתמונה, והמוקד שבו הוא מתקבל — הנמען, הקהל.⁴ חוקרת האמנות זארה וורת' (Worth), המשווה תיעוד אוכל באינסטגרם לאמנות הפרפורמנס, טוענת כי במאה ה־17 היה תיעוד מזון פעולה השמורה לבעלי מקצוע ולאמנים, אשר השתמשו במזון הן כאמצעי הבעה והן כאמצעי לשכלול טכניקת הציור וההבעה שלהם.⁵ היא מדגימה זאת באמצעות הצייר ההולנדי אברהם ון ביירן (van Beyeren), שהתמחה בציורי טבע דומם של אוכל כמסמן תרבותי המסמל שפע, מעמד חברתי ותחכום.⁶ לעומתו, הצייר הצרפתי פול סזאן (Cézanne) השתמש במזון כאפשרות לשכלל נקודת מבט ייחודית על מזון כעצם פיגורטיבי.⁷ מוקד היצירה של דימויים אלו היה הסטודיו, המוקד החזותי השתנה על פי נקודת המבט של היוצר, והנמענים היו קהל מצומצם שנחשף לעבודותיו של האמן (לדוגמה, בגלריה או במוזיאון).

קפיצה בזמן אל ההווה מביאה לחיינו את אינסטגרם, יישומון שיתוף תמונות ורשת חברתית, אשר הושק בשנת 2010 על ידי קווין סיסטרום ומייק קריגר.⁸ בגלגולו הראשון כלל היישומון אפשרות לעריכת התמונות באמצעות פילטרים והעלאתן לרשת בליווי טקסט. התמונות הופיעו בסדר כרונולוגי וניתנה האפשרות לחבר אותן ("like") ולהגיב להן. הרשת החברתית צברה פופולריות רבה ברחבי העולם, ובשנת 2012, כשחברים בה יותר מ־50 מיליון משתמשים, נרכשה על ידי פייסבוק ונוספו

3. שם, עמ' 179.

4. Rose, Gillian, *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, London: Southern Oaks, 2012, p. 16.

5. Worth, Zara, "Shared Meals: Instagram as a Space for Virtual Feasting and Rites of Incorporation" (Electronic Version), *FEAST*, Vol. 4: *Spaces for Eating* (2017), Retrieved July 2018 from: <http://feastjournal.co.uk/article/shared-meals-instagram-as-a-space-for-virtual-feasting-and-rites-of-incorporation>

6. שם.

7. Becks-Malorny U., *Paul Cezanne, 1839-1906: Pioneer of Modernism*, London: Taschen, 2001, p. 55.

8. Rouse, Margaret, "Instagram", *Tech Target*, Retrieved August 2018 from: <https://searchcio.techtarget.com/definition/Instagram>

לה פיתוחים טכנולוגיים, כלים ואפשרויות שיתוף.⁹ ביוני 2018 הכריז אינסטגרם כי הוא מונה מעל מיליארד משתמשים חודשיים ומעל חצי מיליון משתמשים יומיים.¹⁰ מאחר שאכילה היא פעולה בעלת משמעות חברתית וייצוגית, כפי שטען בורדייה, היא לא פסחה על משתמשי אינסטגרם, והם החלו ליצור דימויים חזותיים של ארוחות ומזונות, לתעד חוויות קולינריות ולשתף את הדימויים עם משתמשים אחרים. הרשת הוצפה בדימויי מזון: חומרי גלם לפני בישולם, אופן הרכבת המנה והגשתה (מנות "מצולחתות"), שלבי הכנה של תבשילים, שולחנות עמוסי צלחות ומנות במסעדות, תקריבי קינוחים ואף תיעוד של צלחות ריקות לאחר סעודה. הסועדים התרגלו להמתין עד ששותפיהם לשולחן יסיימו לתעד את תכולת השולחן לפני שהתחילו לאכול, והשיתוף הפך לפעולה מקובלת במטבח וסביב שולחן האוכל. הממשק הטכנולוגי של אינסטגרם מאפשר שני תהליכים: האחד – יצירת דימוי באמצעות צילום מנה ומניפולציה שנעשית באמצעות שימוש בפילטר (או בלעדיו); האחר – שיתוף ואינטראקציה מעצם היותו של היישומון רשת חברתית. שני אלו גרמו לכך שתיעוד אוכל כבר אינו נחלתם של רב־אמנים השוקדים על יצירתם, אלא פעולה נגישה המתאפשרת בקלות, בזמן קצר ובתפוצה רחבה. אפשר לראות בכך מעין עדכון עכשווי לתיאוריית "יצירת האמנות בעידן השעתוק הטכני" של ולטר בנימין (Benjamin), הקושרת התפתחויות טכנולוגיות לדמוקרטיזציה של מוקדים ליצירת תוכן: "לאורך דורות, מספר מצומצם של כותבים התעמתו אל מול מספר עצום של קוראים. מהפכת הדפוס הביאה הביאה להגדלת מספרם של הכותבים, ובכל רגע נתון איפשרה לקורא להפוך לכותב".¹¹ כשם שהצילום הביא למהפך היסטורי כלפי אמנות הציור ושחרר את יד האמן, כך הביא הסמארטפון למהפך בתחום התיעוד החזותי, כשהוא משמש בן כלאיים של יומן אישי וגוף שידור עבור משתמשינו.¹²

9. ציון מיקומים ותגיית (Hashtags) הוא בין הפיתוחים שנוספו לאינסטגרם ותרמו לאינדקס התמונות על פי נושאים או מיקומים. כמו כן נוספה האפשרות להעלאת סרטונים (ב־2013 נוספה האפשרות להעלאת סרטונים באורך מרבי בן 15 שניות וב־2016 באורך מרבי בן 60 שניות). ב־2016 חל שינוי באלגוריתם, כך שהתמונות שהעלו גולשים אינן מופיעות בהכרח בסדר כרונולוגי אלא על פי רמת רלוונטיות, ונוסף הכלי "יסטורי" (story), המאפשר דיווחים חיים ל־24 שעות בלבד (שם).

10. Constine, Josh, "Instagram Hits 1 Billion Monthly Users, up from 800M in September", *Techcrunch* [June 2018],
/Retrieved August 2018 from: <https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-users>

11. Benjamin, Walter, *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, [trans. Underwood J.A.], London:
Penguin, 2008, p. 15

12. Benninger, Brittany, "Clicking Away From Culture: Food Instagramming and its Gastronomic Effects",
[electronic version] *Fresh Writing*, Vol. 17, Retrieved June 2018 from: https://freshwriting.nd.edu/volumes/2017/essays/clicking-away-from-culture-food-instagramming-and-its-gastronomic-effects#author_biography

לשיטתה של גיליאן רוז (Rose), מוקד היצירה של הדימוי החזותי באינסטגרם הוא מסעדה או מטבח. גם כאן המוקד החזותי נתון לרצונו של היוצר, מוקד ההתקבלות הוא רשת חברתית וירטואלית, והוא פתוח לכל חברי הרשת ללא תלות בזמן או במקום.¹³ הדימוי נוצר באמצעות מצלמת הטלפון ומתקבל במסך הטלפון.

הקלות והנגישות שמאפשר האינסטגרם הן ביצירת הדימוי והן בצפייה בו הביאו לשינוי מהותי בשיח על אוכל. ראשית, השיח שנוצר בעקבות ההצפה החזותית מתקיים בגבולות הרשת ופתוח לכל משתמש בכל מקום ובכל זמן. אינסטגרם הוא נקודת מפגש וירטואלית חברתית שבה בני אדם חולקים רעיונות, ולא פעם הם עושים זאת דווקא כשהם צריכים "להרוג זמן". זו מסגרת מיידית, קלה לתפעול, שיוצרת תקשורת אנושית בן־רגע באמצעות הסוואת אמצעי התיווך שבה, כאשר החיבור אל הדימויים הוא ארעי ומידי.¹⁴

שנית, אינסטגרם מנתק את האוכל מהמשמעויות הגסטרונומיות שלו ועוקף את חוש הטעם והריח מעצם היותו פלטפורמה המבוססת על חוש הראייה.¹⁵ כדי להתייחס למשמעויות חזותיות של דימויי אוכל יש להתעכב על המונח "פורנו־אוכל", שכאמור, טבע בארת' בשנות החמישים, לפני עידן האינטרנט, בהתייחס לדימויי אוכל במגזינים, בספרי בישול ובפרסומות. בארת' מתייחס למזון שנוצר עבור העין בלבד ומתקיים באמצעים חזותיים בלבד. זה ייצוג עתיר משמעות המנותק מהאובייקט עצמו.¹⁶ כעשרים שנה לאחר מכן, אלכסנדר קוקבורן חידד את המושג וכינה אותו "פורנו גסטרונומי" ("Gastro-porn"), כאשר הכוונה היא לייצוג נשגב של מאכלים באמצעים חזותיים, דימוי שאינו קשור בהכרח לייצוג המציאותי של המאכלים, בדומה לאופן שבו פורנו מיני אינו קשור לייצוג המציאותי של מין. האוכל מאבד את איכויותיו התזונתיות ואת טעמו ונשאר בגבולות הנראות על פני השטח בלבד, בדרך שאינה מציאותית. התוצאה של פעולה זו היא היווצרות גירוי חזותי המדמה אוכל "אמיתי", שלמעשה, שום מטבח ביתי אינו מסוגל להכין.¹⁷ כשם שפורנו מין מציג ייצוג מעוות של מין, כך פורנו גסטרונומי עשוי להציג דימוי מעוות וחולני של אוכל, ויעידו על כך תקריבי קינוחים מושחתים, פיצות עתירות גבינה נמסה, חלמוני

¹³ Rose, *Visual methodologies*, p. 16.

¹⁴ Worth, "Shared Meals".

¹⁵ ש.ט.

¹⁶ Barthes, Roland, "Ornamental Cookery", in Barthes, R., *Mythologies*, New York: Hill and Wang, 1972, pp. 78-80.

¹⁷ Magee, Richard M., "Food Puritanism and Food Pornography: The Gourmet Semiotics of Martha and Nigella", *17*

Americana: The Journal of American Popular Culture, 6:2 [Electronic version], [2007], Retrieved June 2018 from:

http://www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2007/magee.htm

ביצה מתפקעים ועוגות עתירות צבעי מאכל, השכיחות כל כך באינסטגרם. זאת ועוד, כשם שבעידן האינטרנט נעשה פורנו מיני נגיש יותר, כך גם פורנו גסטרונומי נעשה נגיש יותר הודות לפלטפורמות כגון מערכות בלוגים בנושא אוכל, המעודדות העלאה של תכנים, דיון וצפייה, הפתוחים הן לקהל חובב והן לקהל מקצועי.¹⁸ בירת' התייחס לאופן ההצגה החזותי המוגזם של מאכלים שהופיעו במגזיני אוכל בשנות החמישים של המאה הקודמת כפעולה שגורמת לניתוק הן בין המגזין לבין קוראיו והן בין אוכל לבין הדימוי המייצג אותו. הוא מבקר את אופן הצגת המאכלים בדרך לא מציאותית ומונה טקטיקות המנתקות את המזון מסממני החזותיים המוכרים, כגון כיסוי עד כדי הסתרה של מנות באמצעות רטבים סמיכים, הסוואת מאכלים באמצעות שינוי צורתם וצבעם המקורי ושימוש בזווית צילום עילית עבור מאכלים אלו. על פי בירת', דימויי האוכל, ספק פנטסטיים ספק מעוותים, נועדו להעמיק את הפער המעמדי בין מעמד הביניים למעמד הבורגני, שכן המאכלים המוצגים במגזין אל (*Elle*), שאליהם הוא מתייחס, אינם בני-ביצוע עבור קוראים ממעמד הביניים.¹⁹

כיום פורנו-אוכל (#Foodporn) הוא אחד התיוגים הפופולריים באינסטגרם, ולרוב כולל תצלומי תקריב של מאכלים מפתים. בשנת 2016 נערך מחקר בין-לאומי על ידי קבוצת חוקרים מקטאר ולונדון, וממנו עולה כי משתמשי אינסטגרם העניקו למושג הגדרה חדשה שאינה בהכרח בלתי בריאה. שאלת המחקר ביקשה לבחון אם התיוג #Foodporn מייצג יחס לא-בריאה כלפי אוכל כשם שפורנו מייצג דימוי לא מציאותי של מין. החוקרים אספו מידע מעשרה מיליון תמונות אינסטגרם שהועלו מ-72 מדינות במשך חצי שנה. שוקולד, עוגות ומאכלים מושחתים היו מרכיבי דומיננטי תחת התיוג. עם זאת, החוקרים נוכחו לגלות שהתיוג #Foodporn אינו מתייחס אך ורק למאכלים לא-בריאים, ומצאו תחתיו גם מאכלים כמו סלטים, סושי ועוף. החוקרים הסיקו שישנו מתאם בין המודעות לאכילה בריאה במדינה כלשהי לבין תמונות #Foodporn של מזון בריא באותה המדינה. יתרה מזאת, החוקרים הסיקו כי במדינות שבהן ישנו מתאם כזה, אוכל בריא מזהה כאוכל טעים.²⁰ העובדה שאינסטגרם הוא יישומון המותקן על חומרה מיניאטורית כטלפון נייד

18. McBride, Anne, "Food Porn (Forum)", *Gastronomica*, Vol. 10:1, (2010): 38-46.

19. Barthes, "Ornamental Cookery", pp. 78-80.

20. Mejova, Yelena, et al., "Fetishizing Food in Digital Age: #Foodporn Around the World", International AAAI Conference on Web and Social Media (2016)



הנרי הרגריבס, גדג'טים בטיגון עמוק, 2012

הפכה את החוויה הווירטואלית לפעולה שגורה וטבעית בחיי היום-היום.²¹ הקלות שבה ניתן ליצור תוכן חזותי ולצרוך אותו הופכת את הפעולות האלה לשכיחות. הימצאותו של הטלפון החכם על השולחן מוכן לפעולה במהלך הארוחה לצד הסכין והמזלג, צילום מנות טרם אכילתן במטבח הביתי, בדוכן רחוב או במסעדה ותיעוד "חי" של הגשת קינוח לווהט הן רק דוגמאות לדרך שבה תיעוד אוכל הפך להרגל מקובל בחברה המערבית.²² פעולות אלו הפכו להרגלים כשם שבחירה של מזון, אופני אכילה, תהליכי הכנת מזון, מספר הארוחות ביום, זמני האכילה וגודל המנות הם חלק בלתי נפרד מדפוסים תרבותיים.²³

אינסטגרם כמחולל שינויים בהרגלי אכילה בעידן הדיגיטלי

העידן הדיגיטלי, לרבות טכנולוגיות ניו-מדיה, חולל שינוי במושגים כגון אינטימיות, התייחדות ושיתוף ובפרקטיקות החברתיות שנוצרות סביבם.²⁴ טכנולוגיות אלו מאפשרות העלאה של תוכן, צריכה והפצה שלו לציבור הרחב ויצורות תבניות התנהגותיות חדשות ואף הרגלים חדשים סביב חוויות יום-יומיות. מזון, בהיותו חלק חיוני של תרבות, זהות, שייכות ויצירת משמעות, משמש בזמן הן צורך הישרדותי והן מושא לדיון. הדימוי הקולינרי המקומי מעורר סקרנות בקרב הצופה, ועל כן מאפשר לדלג מעל מחסומים תרבותיים ובעקבות זאת לעורר שיחה אוניברסלית סביב מזון.²⁵

אינסטגרם תרם לניתוק האוכל ממשמעותו הגסטרונומית, העניק לו משמעות סימבולית ויצר הרגלי אכילה חדשים. המבנה של היישומון כרשת חברתית המאפשרת אינטראקציה סביב דימויי אוכל הוא זה, שבסופו של דבר, הביא לשינוי בשיח על אוכל במאה ה-21.

לדוגמה, במחקר שנערך בשנת 2017 מטעם אוניברסיטת וושינגטון ביקשו החוקרים לבדוק מהם הכלים שגורמים לאנשים לאכול בריא יותר ומה מניע אותם לשתף במידע על הרגלי האכילה שלהם, כדי להסיק כיצד יישומים חברתיים

21. Worth, "Shared Meals".

22. על פי בנינגר, בעלי מסעדות מציינים כי משך השהות הממוצע לסועד בשולחן התארך מכיוון שהסועדים עסוקים בתיעוד המנות, בנלישה ברשת ובאינטראקציה באמצעות מכשיר הטלפון, ראו: Benninger, "Clicking Away From Culture".

23. Bourdieu, "Distinction", p. 180.

24. Ibrahim, Yasmin, "Food Porn and the Invitation to Gaze: Ephemeral Consumption and the Digital Spectacle", *IJEP* (2015): 1-12.

25. שם.

וטכנולוגיות של מעקב אישי עשויים לעודד שינוי התנהגותי.²⁶ במחקר השתתפו 16 נשים פעילות באינסטגרם, המרבית לתעד את ארוחותיהן ולשתף בהרגלי התזונה שלהן. הנחקרות טענו שאינסטגרם מהווה עבורן פלטפורמה חברתית חזקה, המאפשרת להן לא רק לתעד את מה שאכלו אלא גם לקבל תמיכה ולהעניק אותה למשתמשים אחרים. פהר (Feher) מגדיר אינטראקציה כזו כ"הוקרה" (Rewarding) המשפרת את ההון החברתי והתרבותי של המשתמש ומעלה את ערכו המיתוגי.²⁷ הסיבה שגורמת לנחקרות לתעד את הרגלי התזונה שלהן, בעיקר תמונות של מאכלים שבישלו או אכלו, נובעת מכך שפעולה זו מאפשרת להן לעקוב אחר תהליכים הקשורים לאורח חיים בריא ולהגביר את המודעות לקהילות שהיו מעוניינות להזדהות עמן, ללמוד מהן ולשתף בהן את ניסיון האישי.²⁸

הפופולריות הגדולה של תמונות אוכל באינסטגרם מושכת את תשומת לבם של חוקרים שונים מתחומי המדיה, הפסיכולוגיה והסוציולוגיה. העובדה שחלק בלתי מבוטל של משתמשי אינסטגרם משתמשים בו כדי לחלוק תיעוד עצמי של ארוחות ומאכלים הפכה אותו למסד נתונים חזותי המאפשר לחוקרים לזהות דפוסי אכילה מקומיים ותופעות גלובליות המתייחסות לאוכל ולייצוג החזותי שלו.²⁹ כאן אין בהכרח הכוונה לדימויים המסוגננים שנוצרים בסטודיו לצילום, הנעזרים בתאורה ובסטיילינג ומופיעים במגזיני אוכל דוגמת אלו שהתייחס אליהם ב'ארט' (אגב, מקצתם מופיעים באינסטגרם כשלוחה דיגיטלית של אותם המגזינים), אלא לדימויים הנלקחים "בזמן אמת" סביב שולחן האוכל, על דוכן הפלאפל או במטבח הביתי.

מז'ובה (Mejova) ועמיתיו אספו מידע מעשרה מיליון תמונות אינסטגרם במשך חצי שנה כדי לבחון אם התיוג #Foodporn מייצג יחס לא־בריא כלפי אוכל כשם שפורנו מייצג דימוי לא־מציאותי של מין. תוצאות המחקר מצאו קשר בין מודעות לאכילה בריאה לבין היחס אל המושג פורנו־אוכל.³⁰ לעומתם, צ'אנג (Chung) ועמיתיו ביקשו לבדוק כיצד שיתוף הרגלי אכילה ברשת מהווה כלי לשינוי

26. Chung, Chia-Fang, et al., "When Personal Tracking Becomes Social: Examining the Use of Instagram for Healthy Eating", Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI Conference (2017): 1674-1687, PMC

27. Feher, Michel, "The Age of Appreciation: Lectures on the Neoliberal Condition 2013-2015", Operative Thought. 27 Lecture Series Hosted by the Department of Visual Cultures, Centre for Research Architecture and Forensic /Architecture, 2013-2015, Retrieved June 2018 from: <http://www.gold.ac.uk/visual-cultures/life/guest-lectures>

28. ש.ס.

29. ש.ס.

30. Mejova et al., "Fetishizing Food in Digital Age".

התנהגותי.³¹ מחקר נוסף מטעם אוניברסיטת גוטנברג בשוודיה בדק כיצד דימויי אוכל שנוצרו על ידי מתבגרים בני 14 ושותפו באינסטגרם משקפים את יחסם למזון ואת השיח המתפתח בעקבות שיתופן. החוקרים הסיקו כי קבוצת הגיל הזאת מרבה לשתף מאכלים עתירי קלוריות וכי רק חמישית מסך התמונות הציגו פירות וירקות.³² מחקרים אלו הם דוגמאות לשיח המחקרי-אקדמי המתפתח סביב תיעוד האוכל באינסטגרם ולהרגלים הנלווים לפעולות של תיעוד מזון ושיתופו. לצד אלו, מחלחלת ההשפעה של תיעוד האוכל ומחוללת שינויים בעולם הבישול והמסעדות כגון התארכות משך השהייה של סועדים במסעדה והתפתחות המושג "צלחות" (plating), המתייחס לאסתטיקה של המנות ולאופן הגשתן לסועד. הריטואל של תיעוד אוכל באינסטגרם מעניק ממד שיתופי וחברתי לפעולות של בישול ואכילה, והוא זה שהופך אפילו דימוי יום-יומי של ארוחת צהריים שגרתית למפגן ראווה קולינרי טעון משמעות.³³

31. Chung et al., "When Personal Tracking Becomes Social"

32. Holmberg, Christopher, et al., "Adolescents' Presentation of Food in Social Media: An Explorative Study", *Appetite*, Vol. 99 (April 2016): 121-129

33. Ibrahim, "Food Porn and the Invitation to Gaze"

עדי ניסני, צלחות קרמיקה מקולקציית *Foodography*,
2015, שיתוף פעולה עם השף מאיר אדוני, יקבי כרמל
ומשרד הפרסום באומן־בר־ריבנאי. צילום: דן פרץ

