



UNIVERZITET CRNE GORE

FILOZOFSKI FAKULTET

TAMARA NREKOVIĆ

**UTICAJ MEDIJA NA SHVATANJE SOPSTVENOG TIJELA I
STVARANJE SLIKE O SEBI U ADOLESCENCIJI**

MASTER RAD

NIKŠIĆ, 2024.



UNIVERZITET CRNE GORE

FILOZOFSKI FAKULTET

**UTICAJ MEDIJA NA SHVATANJE SOPSTVENOG TIJELA I
STVARANJE SLIKE O SEBI U ADOLESCENCIJI**

MASTER RAD

Mentor: doc. dr Milica Jelić

Kandidatkinja: Tamara Nreković

SP: Pedagogija

Br. indeksa: 4/22

Nikšić, 2024.

Ime i prezime: Tamara Nreković

Datum i mjesto rođenja: 27. 6. 2000. godine

Naziv završenog dvogodišnjeg master studijskog programa: Pedagogija

Godina diplomiranja: 2022.

Naslov rada: „Uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i stvaranje slike o sebi u adolescenciji“.

Datum prijave master rada: 26. 12. 2023.

Datum sjednice Vijeća univerzitetske jedinice na kojoj je prihvaćena tema: 12. 6. 2024.

Komisija za ocjenu teme: doc. dr Milica Jelić, prof. dr Vučina Zorić i doc. dr Jovana Marojević

Mentor na izradi master rada: doc. dr Milica Jelić

Komisija za ocjenu rada: doc. dr Milica Jelić, prof. dr Vučina Zorić i doc. dr Jovana Marojević

Komisija za odbranu rada: doc. dr Milica Jelić, prof. dr Vučina Zorić i doc. dr Jovana Marojević

Lektorisala: MA Dženisa Mujević

Datum odbrane rada: _____ 2024. godine.

APSTRAKT

Mediji imaju jak uticaj na naš način razumijevanja sebe i svijeta oko nas. Mediji nijesu stvoreni da bi pozitivno ili negativno uticali na svoje korisnike, ali njihova i način na koji se koriste svakako imaju pozitivan ili negativan uticaj. Objavljivanjem fotografskog sadržaja na društvenim mrežama neposredno se stvara trend, nesvjesno se šalje poruka i na taj način se utiče na veliki dio populacije. U adolescenciji dolazi do burnih reakcija i promjena u emocionalnom i fizičkom pogledu, dolazi do odrastanja uma i tijela, zbog čega je potrebno govoriti o stvaranju pozitivne slike o sebi i svom tijelu.

U ovom radu govorićemo o uticaju medija na shvatanje sopstvenog tijela i stvaranje slike o sebi u adolescenciji. Strukturu rada čine tri dijela. Prvi dio rada odnosi se na teorijsku osnovu date problematike. Drugi dio sačinjava metodološka osnova, odnosno praktično istraživanje kojim pokušavamo utvrditi kakav je uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i stvaranje slike o sebi, kao i analiza dosadašnjih istraživanja. Treći dio se odnosi na interpretaciju rezultata i diskusiju o rezultatima koji su dobijeni istraživanjem.

Cilj našeg istraživanja je utvrditi da li mediji utiču na formiranje slike o sebi i shvatanju/prihvatanju sopstvenog tijela kod adolescenata, kao i da li su mladi zadovoljni sopstvenim izgledom i kakav je odnos između tijela i sebe. U istraživanju je učestvovalo 86 ispitanika iz dvije srednje škole u Nikšiću. Rezultati ovog istraživanja pokazali su da mediji ostvaruju visok uticaj na mlade ljude i da značajno participiraju u načinu izgradnje „selfa“ i postavljanju normi i trendova unutar date ciljne grupe.

Kada je riječ o pretpostavljenom doprinosu ovog istraživanja, očekuje se da će ovo istraživanje i podaci dobijeni istraživanjem doprinijeti rasvjetljavanju uticaja medija i pomoći mladima da promijene ovakvo ponašanje, na način što će poći od sebe i razmatrati svoje predstavljanje na društvenim mrežama. Takođe, rezultati istraživanja mogu poslužiti kao smjernica za dalje naučne radove i istraživanja.

Ključne riječi: adolescencija, mediji, slika o sebi, slika o svom tijelu

ABSTRACT

The media has a profound influence on the way we understand ourselves and the world around us. By themselves, the media is not created to create a positive or negative impact on its users, but the purpose for which social media is set and the way it is used, certainly has a positive or negative impact. By publishing photographic content on social networks, a trend is immediately created, then a message is sent unknowingly and in this way a larger part of the population is influenced. In adolescence, there are violent reactions and changes in the emotional and physical aspects. The mind and body grow, which is why it is necessary to talk about creating a positive image of yourself and your body.

So, in this paper we will talk about the influence of the media on understanding one's own body and creating an image of oneself in adolescence. The structure of the paper is divided into three parts. The first part of the paper relates to the theoretical foundation of the given issue. The second part constitutes the methodological basis, i.e. practical research in which we try to determine the influence of the media on the understanding of one's own body and self-image, as well as the analysis of previous research. The third part refers to the interpretation and discussion of the results obtained by the research.

The goal of our research is to determine whether the media influence the formation of self-image and understanding/acceptance of one's own body in adolescents, as well as whether young people are satisfied with their own appearance and what is the relationship between body and self. 86 respondents from secondary schools in Nikšić participated in the research. The results of this research showed that the media have a moderately high influence on young people and that they significantly participate in the way of building selfies and setting norms and trends within the given target group.

When it comes to the expected contribution of this research, it is expected that this research and data will contribute to awareness of the influence of the media, and help young people to change this behavior in a way that they will start from themselves and consider their presentation on social networks. Furthermore, the research results can serve as a guideline for further scientific works and research.

Keywords: adolescence, media, self-image, body image

Univerzitet Crne Gore
Filozofski fakultet, Nikšić

IZJAVA O AUTORSTVU

Kandidatkinja: Tamara Nreković

Na osnovu člana 22 Zakona o akademskom integritetu, ja, dolje potpisana,

IZJAVLJUJEM

pod punom krivičnom i materijalnom odgovornošću da je master rad pod nazivom „**Uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i stvaranje slike o sebi u adolescenciji**“ rezultat sopstvenog istraživačkog rada, da nijesam kršila autorska prava i koristila intelektualnu svojinu drugih lica i da je navedeni rad moje originalno djelo.

Nikšić, (datum)

Potpis studenta

Sadržaj

APSTRAKT	4
UVOD	9
1. Teorijski okvir istraživanja.....	11
1.1. Adolescencija.....	11
1.1.1. Razdoblje adolescencije	11
1.1.2. Karakteristike adolescencije.....	12
1.1.3. Fizički razvoj.....	14
1.1.4. Faze adolescencije	16
1.2. Svijest o sebi.....	19
1.2.1. Samopoimanje.....	19
1.2.2. Dimenzije pojma o sebi.....	22
1.3. Slika o sebi.....	23
1.4. Slika tijela.....	25
1.4.1. Tjelesna težina.....	29
1.5. Mediji.....	31
1.5.1. Pojam medija.....	31
1.5.2. Društveni mediji.....	32
1.6. Uticaj medija na sliku o sebi.....	34
1.7. Ideal ljepote	38
2. Metodološki dio istraživanja	42
2.1. Problem i predmet istraživanja	42
2.2. Cilj i zadaci istraživanja	42
2.3. Naučno-istraživačke hipoteze	43
2.4. Značaj i karakter istraživanja.....	44

2.5.	Metodološki pristup.....	44
2.6.	Analiza dosadašnjih istraživanja	45
2.7.	Populacija i uzorak	48
2.8.	Metode, tehnike i instrumenti	48
2.9.	Organizacija i tok.....	49
3.	Prikaz rezultata istraživanja.....	50
3.1.	Analiza i diskusija o dobijenim rezultatima	66
4.	Zaključna razmatranja	67
	LITERATURA.....	69
	PRILOZI.....	80

Prilozi:

Prilog br. 1 – Anketni upitnik za adolescente

Prilog br. 2 – Potvrda Filozofskog fakulteta za sprovođenje istraživanja

Prilog br. 3 – Saglasnost Ministarstva prosvjete, nauke i inovacija za sprovođenje istraživanja u školama

UVOD

Period adolescencije jedno je od najburnijih razdoblja gdje dolazi do najvećih psihičkih i fizičkih promjena, koje stvaraju put ka odraslosti (Protić, 2020). Dakle, to je period odrastanja, kroz koji mora svako proći, suočavajući se sa izazovima koje taj period nosi sa sobom, kako bi se osoba mogla nazvati odraslom. U periodu adolescencije slika o tijelu, fizičkom izgledu i sama privlačnost osobe, zauzimaju veliku ulogu u procesu izgradnje identiteta i samopouzdanja osobe.

U ovom periodu dolazi do preplitanja dotadašnjih iskustava i znanja o sebi koja se transformišu u doživljaj vlastitog identiteta, odnosno u stvaranje slike o sebi (Kuburić, 1997). Slika o sebi predstavlja dugotrajan proces prihvatanja sebe, razvoja samopoštovanja, samopouzdanja, kao i samopoimanja (Marinac, 2021). Na osnovu fizičkih i socijalnih interakcija u koje je dijete uključeno, stvara se slika o svom tijelu, kao i posmatranje sebe i svog tijela odvojeno od drugih individua (Krstić, 2008). Slika o sebi predstavlja lični osvrt na sebe i svoju ličnost, odnosno tjelesni, mentalni i emocionalni aspekt. Slika o svom tijelu je zapravo tjelesni aspekt i odnosi se na način na koji opažamo svoje tijelo, da li ga prihvatamo, kako se osjećamo u svojoj koži, kako mislimo da nas drugi vide. Pojam o sebi i period adolescencije povezuju se zbog toga što je to period u kojem dolazi do kritičkog preispitivanja sebe i stvaranja svog životnog puta, zbog čega je važno da osoba ima stvorenu pozitivnu sliku o sebi.

S obzirom na to da živimo u vremenu gdje preovladava virtuelni svijet i tehnologija, nesumnjivo je da mediji i društvene mreže zauzimaju važno mjesto u životu adolescenata. To je područje gdje oni sklapaju prijateljstva, predstavljaju sebe svojim vršnjacima i stvaraju „popularnost“ karakterističnu za to razdoblje.

Društvene mreže usmjeravaju mlade na sebe, na način što imaju vlastiti profil, odnosno okrenuti su ka ličnom razvoju i predstavljanju drugima, što može imati pozitivne i negativne strane (Todorović, 2023). Introvertni ljudi lakše sklapaju prijateljstva i stvaraju socijalnu kompenzaciju pomoću društvenih mreža, što predstavlja jednu od prednosti korišćenja medija, odnosno društvenih mreža (Jovanović i Kostadinović, 2019). Mediji putem marketinga definišu estetske norme i standarde ljepote koji se odnose na fizički izgled (Duišin, 2020). Današnji ideal ljepote, zavisao od sociokulturnog okruženja, postaje gotovo nedostižan i daje iskrivljenu sliku koja vodi ka nezadovoljstvu sopstvenim tijelom, pogotovo kod adolescenata koji su u periodu procesa formiranja ličnosti i identiteta (Erceg-Jugović i Kuterovac-Jagodić, 2016). Potvrda o

dobrom fizičkom izgledu, od strane vršnjaka na društvenim mrežama, vodi ka stvaranju pozitivne slike o sebi. Smatra se da postoji veliki uticaj medija kada je riječ o formiranju slike o svom tijelu zbog činjenice da „informacije koje adolescent dobija o sebi od značajnih osoba iz svog okruženja, predstavljaju osnovni izvor informacija o sebi“ (Krstić, 2008: 540).

Dakle, nesumnjivo je da mediji u velikoj mjeri utiču na mlade i njihovo samopoimanje, ali se postavlja pitanje koliko je to zapravo ozbiljno i u kojoj mjeri je to u našem okruženju zastupljeno, što predstavlja temu ovog rada.

Predmet našeg istraživanja jesu adolescenti i mediji, odnosno društvene mreže i njihov uticaj na formiranje slike o sebi, kao i shvatanje i zadovoljstvo sopstevnog tijela u periodu adolescencije.

U radu će se interpretirati i dosadašnja istraživanja na izabranu temu, te na osnovu postavljenih hipoteza oformiti instrument koji će dati odgovor na postavljene hipoteze. Istraživanje je sprovedeno u dvije srednje škole u Nikšiću.

Nakon sprovedenog istraživanja u kojem učenici srednjih škola iznose svoje mišljenje, obradiće se i analizirati rezultati istraživanja, a u nastavku slijedi i diskusija o dobijenim rezultatima.

1. Teorijski okvir istraživanja

1.1. Adolescencija

S obzirom na to da je ovo istraživanje usmjereno na adolescente, u narednim poglavljima razmotriće se pojam adolescencije, karakteristike i promjene u adolescenciji, kao i razvojne faze.

Postoji niz različitih definicija adolescencije, možemo reći da ona obuhvata elemente biološkog, kognitivnog, emocionalnog rasta, kao i tranzicije raznih društvenih uloga koje su se znatno promijenile u odnosu na prošlost (Sawyer, Azzopardi, Wickremarathne & Patton, 2018). Adolescencija se definiše kao životni period u kojem se iz djetinjstva prelazi u odraslo doba, pri čemu dolazi do fizičkih i psihičkih promjena (Kalajdžić, 2017). To je zapravo jedan od najburnijih perioda života. Zahvaljujući Stenliju Holu, 1904. godine pojmu adolescencije, kao posebnom životnom stadijumu, posvećena je studija (Brković, 2011).

Pojam adolescencije usko je povezan sa pojmom puberteta, pa se često ta dva pojma koriste kao sinonimi, međutim, među njima postoje znatne razlike. Adolescencija je širi pojam od puberteta, što znači da pubertet predstavlja jedan segment adolescencije. „Riječ pubertet dolazi od latinske riječi *pubertas* što označava zrelost, doraslost i označava doba spolnog sazrijevanja“ (Protić, 2020: 22). Pubertet se odnosi na proces u kojem dolazi do promjena na nivou tijela koje su vidljive (rast tijela, polna zrelost) i na nivou unutrašnjih biokemijskih promjena kao što su rast unutrašnjih organa i raznih organskih procesa (Stojković, 2005). Pubertet je sastavni dio života i odrastanja, razdoblje u kojem se osoba razvija polno, fizički i psihički kako bi bila sposobna za reprodukciju. Riječ je o brojnim promjenama, što nekada dovodi djecu do osjećaja da nemaju kontrolu nad svojim tijelom i da se osjećaju zbunjeno, pogotovo kod osoba kod kojih je pubertet rano počeo. Zbog toga se može reći da se pubertet odnosi na fizičko sazrijevanje, dok se adolescencija odnosi na psihičko sazrijevanje.

1.1.1. Razdoblje adolescencije

Dakle, adolescencija je razdoblje koje započinje od 11. do 13. godine, prolazi kroz pubertet i završava se od 18. do 20. godine (Begovac, 2021). Međutim, zbog podataka u raspravama koje zapažaju da su djeca mnogo ranije i u većoj mjeri izložena medijima koji su seksualno orijentisani i erotski stimulisani, možemo reći da se i granica započinjanja puberteta pomjerila i da djevojčice ranije ulaze u pubertet, čak i sa 10 godina, dok je kod dječaka početak puberteta sa devet godina (Ninčević, 2009). Isto tako, tokom istorije, dobne razlike koje su

određivale kraj adolescencije su se promijenile, adolescentni period se završava sa 22 godine, što možemo reći da predstavlja odraslo doba (Protić, 2020). Mnoge kulture su usaglašene kada je u pitanju početak adolescencije, koji se vezuje za kraj puberteta, ali dolazi do neusaglašenosti kada oko završetka perioda adolescencije, ta granica je neodređena i fluidna. „Iako više nije dijete, društvo još uvijek ne smatra da je adolescent odrasla osoba“ (World Health Organization, [WHO], 1977: 9). Postavlja se pitanje šta zapravo utiče na određivanje završetka adolescencije. Neki smatraju da vrijeme početka, trajanja i završetka adolescencije zavise od same individue kao i kulture u kojoj se nalazi, jer socijalizacijske karakteristike te kulture utiču na dobna određenja (Kalajdžić, 2017), dok s druge strane imamo uvjerenje da se period adolescencije završava zrelošću osobe (Begovac, 2021). Zrelost, sa sociološkog aspekta, predstavlja sposobnost osobe da se uspješno prilagodi različitim društvenim situacijama i promjenama, bez izraženih sukoba, da prihvata sebe i da ima odgovornost za sebe i svoju porodicu, zajednicu (Ninčević, 2009), što jasno ukazuje na shvatanje da i razvoj zrelosti zavisi od same individue i okolnosti u kojima se mlada osoba tokom perioda adolescencije nalazila, kao i na način odgovaranja na razne izazove koje joj život pruža na putu ka odraslom dobu.

Adolescencija je zapravo period u kojem sazrijevaju dječaci i djevojčice i prelaze u muškarce i žene, gdje dolazi do promjena u skoro svim organima i sistemima. Prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (WHO, 1977) glavne promjene su sljedeće:

1. Adolescent znatno napreduje u svom rastu, kao i veličini, odnosno obliku tijela, što je neposredno povezano i sa rastom mnogih organa;
2. Rast i razvoj polne žlijezde, odnosno gonade (jajnici, materica, testisi i penis);
3. Rast i razvoj seksualnih karakteristika i sekundarnih seksualnih organa (genitalija, grudi, maljavost na tijelu i produbljivanje glasa);
4. Nastaju promjene u strukturi tijela i mišića;
5. Rast respiratornog, cirkularnog i mišićnog sistema koji su zaduženi za proizvodnju tjelesne snage i izdržljivosti.

1.1.2. Karakteristike adolescencije

Tokom svog razvoja, adolescent se susreće sa nizom poteškoća koje utiču na njegovo sazrijevanje kao i stvaranje jedinstvene, samostalne ličnosti. „U svakom adolescentu kao da postoje dvije osobe: potisnuto dijete i izranjajuća odrasla osoba“ (Protić, 2020: 22). Mladi su često u svom okruženju izloženi raznim stresnim životnim događajima što znatno utiče na njihov

proces sazrijevanja i razvoja identiteta, jer se u stresnim situacijama javljaju promjene na emocionalnom planu. Stres nastaje onda kada postoji zahtjev okoline i društva da se osoba prilagodi okolini ili da reaguje na nepredviđenu situaciju (Kostić, 2002). Najčešće se javljaju negativne emocije kao što su ljutnja, tuga, bijes, ljubomora, a nekada te emocije mogu dovesti i do ozbiljnijih emocionalnih stanja, kao što su depresija i anksioznost (Marić, 2010). Stres je, dakle, subjektivne prirode i zavisi od same individue, jer neće svaka osoba reagovati isto na određenu situaciju. Određeni događaj će za neku osobu biti težak i stresan, za neku drugu osobu neće predstavljati problem. Na isti način, nešto je stresno za jednu osobu u određenom momentu, ne mora da znači da će istu emociju doživljavati u drugom momentu.

Za period adolescencije karakteristični su strahovi od neuspjeha, od pronalaska svog idealnog posla, ujedno i zabrinutost zbog novca, strah od javnog govora, odvajanja od roditelja, sklapanje prijateljstva i stvaranje popularnosti, odnosno socijalizacije ličnosti (Velki i Romstein, 2018). Adolescenti definišu sebe kao osobu kroz svoje vršnjake i upoređivanje, sklapanje prijateljstva, što jasno ukazuje na značajnost srednje škole i vršnjačkih odnosa u procesu sticanja samopouzdanja, razvijanja osjećaja vrijednosti i samostalnosti (Dodig-Ćurković, 2017). Za adolescentni period karakteristična je faza zbunjenosti i eksperimentisanja, gdje mladi traže odgovore na pitanja kao što su *Ko sam ja?* ili *Koja je svrha moga postojanja?*, a odgovori na pitanja zapravo vode ka razvoju ličnosti (Velki i Romstein, 2018). Njihov glavni zadatak je izgradnja identiteta čime postaju zrele odrasle i produktivne osobe. Oni nastoje da definišu svoje vrijednosti i odrede kojim smjerom će se kretati u životu. Generalno mladi strahuju od budućnosti, što se odnosi na njihovo obrazovanje, pronalazak posla, stvaranje porodice, što se povezuje sa strahom za sopstvenu ličnost i sigurnost ili preživljavanje (Kalajdžić, 2017). Dakle, razvojni period adolescencije prožet je osjećajem nesigurnosti zbog nepredvidljivosti i nedovoljnog samopouzdanja i svih promjena kroz koje mladi prolaze. Takođe, jedna od značajnih karakteristika adolescencije su i negativne emocije, burno reagovanje, odnosno odbrambeni mehanizam (Ninčević, 2009). Tada djeca imaju negativno i prkosno ponašanje koje je usmjereno prema autoritetima, gdje odbijaju poslušnost, naredbe i kazne, kao i pojave krađe, laganja i uništavanja imovine (Dodig-Ćurković, 2017). Dakle, „adolescencija je vrijeme buntovništva, ispitivanja granica, naglih promjena raspoloženja, unutrašnjih sukoba i sukoba s okolinom“ (Protić, 2020: 23). Emocionalni razvoj djeteta od velikog je značaja za razvoj ličnosti i formiranje identiteta, a emocije se razvijaju rastom djeteta. Još jedna emocija izuzetno značajna za razvoj

adolescencije jeste empatija (Vranjican, Prijatelj i Kuculo, 2019). Osoba će svojim rastom i razvojem biti sposobna da razvija emociju saosjećanja za druge koji se nalaze u neprijatnim situacijama, razvije sposobnost da ih razumije i da im pomogne. Empatija je pozitivna emocija koju je neophodno razvijati, jer se na taj način povezujemo sa drugim ljudima, ali je potrebno i razlikovati empatiju od simpatije. Simpatija je sviđanje ili osjećanje za druge ljude, dok je empatija osjećanje sa drugim ljudima (Cvrk, 2016). Emocionalne promjene kod adolescenata karakteriše način doživljavanja sebe koji je u velikoj mjeri izmijenjen i javlja se veća sposobnost da djeluju i funkcionišu nezavisno. Dolazi do kognitivnog i cjelokupnog intelektualnog sazrijevanja, ali i na emocionalnom planu, što vodi do toga da adolescent sebe doživljava na drugačiji, složeniji i apstraktniji način (Mohorić, Takšić i Šekuljica, 2016). Kako bi bolje razumjeli sebe, ali i druge ljude i njihovo ponašanje, važno je da shvatimo uzrok i vezu među različitim emocijama.

1.1.3. Fizički razvoj

Pubertet je proces koji se odnosi na fizičko sazrijevanje djeteta, a jedan od važnih znakova ulaska djeteta u pubertet je nagli rast i dobijanje na težini (Velki i Romstein, 2018). Za pubertet je vezan niz anatomskih i fizioloških promjena koji uključuju promjene u rastu i razvoju, razvoj gonada i sekundarnih seksualnih organa, kao i promjene u količini i distribuciji mišića i mišićne mase, gdje uporedo dolazi do niza hormonskih promjena koje se pretežno odvijaju određenim redoslijedom (Dumić, 2013). Prema Stojković (2005: 383) analiziraju se dva aspekta fizičkog razvoja u pubertetu, i to: „pubertetski status (engl. *pubertal status*) i pubertetski tempo (engl. *pubertal timing*)“. Pubertetski status se odnosi na razvoj koji je dostignut u pubertetu i odnosi se na rast visine, pojava stidnih dlačica, produbljivanje glasa kao i razvoj grudi kod djevojčica. Dok se pubertetski tempo odnosi na to da li su se određene pubertetske promjene desile prije ili kasnije nego kod drugih osoba istog uzrasta i pola (Stojković, 2005). Danas se fizički razvoj odvija mnogo bržim tempom, fizička i polna zrelost se postiže ranije, zbog čega dolazi i do ranijeg započinjanja sa seksualnim aktivnostima kod adolescenata (Petani i Vulin, 2018). Promjene u fizičkom izgledu kod djevojčica javljaju se ranije, u prosjeku od 10. do 12. godine, dok se kod dječaka javljaju nešto kasnije, u periodu od 12. do 14. godine (Velki i Romstein, 2018). Neki smatraju da pubertetski razvoj započinje kod djevojčica od osme do trinaeste godine, a kod dječaka od devet i po do trinaest i po godina (Steinberg, 1996, prema: Stojković, 2005). Ukoliko razvoj sekundarnih polnih organa započne prije osme godine kod djevojčica i prije

devete godine kod dječaka, onda je riječ o preuranjenom pubertetu, koji se klinički analizira i liječi (Krnić, 2023). Takođe, postoji i zakašnjeli pubertet koji se dijagnostikuje onda kada se promjene u sekundarnim polnim organima ne pojavljuju prije 13. godine kod djevojčica i prije 14. godine kod dječaka (Dumić, 2013). Dječaci koji ranije sazriju imaju olakšavajuće socijalne odnose i kontakte, dok kod djevojčica njihova formirana fizička privlačnost ih može dovesti do nekih situacija koje su karakteristične za starije djevojke, ali će na taj način i preskočiti neka iskustva koja se tiču vršnjačkih odnosa (Brković, 2011). Dakle, fizički razvoj vodi do prihvatanja svog tijela i stvaranje slike o sebi, kao i razvoj zadovoljstva, a sve to u skladu sa individualnim osobenostima i tempu razvoja.

U adolescentskom periodu, mladi su preokupirani svojim tijelom i imaju potrebu da potvrde vlastitu atraktivnost, bilo da je to kroz ličnu samosvijest ili kroz upoređivanje sa vršnjacima, kao i njihovim direktnim pohvalama. „Adolescent upotrebljava svoje tijelo za izraz (engl. *enacting*) ponosa ili srama, radosti ili tuge, osjećaja da je lijep ili da je ustrašen“ (Begovac, 2021:100). Ono što u velikoj mjeri utiče na nezadovoljstvo sopstvenim tijelom kod adolescenata jeste da rast i razvoj nijesu linearni, odnosno, da se ne odvijaju postepeno i pravolinijski već skokovito (Velki i Romstein, 2018). Ukoliko imamo dijete koje se naglo razvilo, a s druge strane dijete kod kojeg se razvoj odvija nešto usporenijim tempom, može se javiti nezadovoljstvo sopstvenim izgledom ukoliko postoji upoređivanje sa drugima koji su napredniji u tom momentu.

Dijete odrastajući preuzima dvije uloge, i to: polnu i erotsku ulogu (Radović, Marinković i Popović, 2022). Polna uloga ili seksualnost se ne može odvojiti od same osobe i raznih životnih uslova i okolnosti i vezana je za to šta je u kulturi i okruženju u kojem osoba raste definisano kao muškarac i kao žena (Petani i Vulin, 2018). Seksualnost zauzima posebnu poziciju u društvu, zato Protić (2020) navodi da je u našem društvu tradicionalno određeno kako izgleda muškarac i kako se on ponaša, isto tako i za žene, bez obzira što se uloga žene kroz istoriju izrazito promijenila, različita očekivanja roditelja su ostala ista prema ćerkama i sinovima. Dakle, dječaci treba da budu usmjereni na rad, dominirajući, nesentimentalni, zaštitnički nastrojeni, dok djevojčice treba da budu nježne, neagresivne, zainteresovane za domaćinstvo i djecu, tihe i mirne. Društvo je to koje će da uz pomoć seksualnih normi, obuzda seksualni impuls, kako bi se sačuvao integritet porodičnog sistema, odnosno da se postara da je organski (seksualni) identitet odvojen od svoje pojave u društvu i da se kontroliše pomoću normi koje je društvo odredilo (Stein, 2002). Erotska uloga se odnosi na potrebu adolescenta da pronađe izvore erotskog uzbudivanja, tako da se

adolescent u ovom procesu, zbog svog neznanja, susreće sa ranim neugodnostima, frustracijom, bijesom ili čak anksioznošću (Protić, 2020). „Seksualnost se odnosi na samo jezgro ljudskog bića koje uključuje pol, rod, seksualni i rodni identitet, seksualnu orijentaciju, erotizam, emocionalnu privrženost i ljubav, te reprodukciju“ (Svjetska zdravstvena organizacija, 2001, prema: Perović-Ivanović, 2018: 12). Na osnovu ove definicije možemo reći da je svaka osoba seksualna, bez obzira da li upražnjava seksualne aktivnosti ili ne, jer se seksualnost ogleda i kroz misli, maštanja, stavove, vjerovanja kao i odnose sa drugim ljudima.

Adolescent se susreće sa brojnim izazovima i zadacima koji se tiču seksualnosti, kao što su upoznavanje sopstvenog tijela, zapažanje naglih promjena i reakcije svog organizma, seksualno sazrijevanje, javljanje seksualne želje, eksperimentisanje u ponašanju i sl. U tom procesu dolazi do fascinacije sopstvenim tijelom i divljenje, dok kod nekih imamo neugodnost i nesigurnost, možda čak stid i gađenje zbog svojih prirodnih organskih reakcija (Petrović, 2016). Negativan odnos osobe prema seksualnosti se izražava kroz nisko samopoštovanje, manjak samopouzdanja, osjećaja manje vrijednosti, bijesa, frustracije ili kroz seksualno nasilje (Perović-Ivanović, 2018). Sve se to može ublažiti ukoliko je osobi omogućeno seksualno vaspitanje koje se odvija kroz ljubav, gdje se razvija zaštitnički odnos koji je prožet poštovanjem, kao i samopouzdanjem adolescenta.

Sveukupno zadovoljstvo mlade osobe sopstvenim tijelom ne zavisi samo od pravovremenog razvoja sekundarnih seksualnih organa, kao ni od razvoja osjećaja seksualnosti kod osobe, već i od fizičke pokretljivosti, bavljenja sportom, fizičkim vaspitanjem u školama, kao i od problema sa anoreksijom ili gojaznošću. Zadatak fizičkog vaspitanja u školama jeste da podstiče rast i razvoj tijela, držanje tijela, razvoj motorike, ali i upoznavanje sa različitim sportovima kao i razvoj motivacije i želje za nekim sportom (Nikolić, 2019). Zbog svojih dugoročnih planova za budućnost i donošenja odluka, mnogo mladih odustaje od bavljenja sportom nakon školovanja. Odustajanje od daljeg bavljenja sportom može se posmatrati kao „maladaptivno ponašanje sportiste usled nisko samodeterminišućih oblika motivacije“ (Sarrazin et al., 2002, prema: Trbojević i Petrović, 2021: 89). Sve ovo u znatnoj mjeri utiče na stvaranje slike o svom tijelu u periodu adolescencije i razvoju samopoštovanja.

1.1.4. Faze adolescencije

Mnogi naučnici i istraživači dijele mišljenje da se adolescentni razvoj može podijeliti na tri faze, i to: ranu (period do 14. godine), srednju (17. ili 18. godina) i poznu ili kasnu

adolescenciju (period između 22. i 24. godine) (Brković, 2011). Ove tri faze prema Blosu (2001, prema: Begovac, 2021), spadaju u adolescenciju u užem smislu, jer on dijeli adolescenciju na predadolescenciju, adolescenciju u užem smislu i postadolescenciju.

U daljem tekstu biće detaljnije opisane faze adolescencije u užem smislu, kao najosnovnije i najobuhvatnije.

Rana adolescencija obuhvata period između 11. i 14. godine, i predstavlja sam početak adolescencije. Ono što je karakteristično za ovu fazu jesu značajne fizičke i hormonske promjene, i to zapravo predstavlja početak rane adolescencije. Ova faza završava se kada fizički rast uspori i kada osoba počne da stvara prijateljske odnose sa vršnjacima, a ujedno se na psihološkom nivou odvaja od svojih roditelja ili staratelja, gdje se zapravo stvara vlastita autonomija (Rudan, 2004). U ovoj fazi prenaplašen je egocentrizam, odnosno mladi su mislima centrirani na sebe. Osjetljivi su kada je fizički izgled u pitanju i imaju potrebu za privatnošću, zbog čega često pomjeraju granice i snažno reaguju na roditeljska ograničenja (Tsagem, 2022). Ova faza je od značaja iz razloga što se separacijom kod mlade osobe razvija individualizacija, tačnije osoba stvara vlastitu osobnost, individuu, koja može samostalno da funkcioniše. Jasno je da se zbog separacije mogu javiti razne negativne emocije kao što su: osjećaj tuge, nemoći, straha, ljutnje, bijesa, ali su te emocije važne jer se na taj način izgrađuje stabilna ličnost. Dijete ovih godina treba da pripada porodici, prijatelju, vršnjačkoj grupi, školi ili zajednici, da osjeća sebe kao dio nečega ili nekoga (Barrett, 1996). Tokom procesa separacije, zavisnost od roditelja zamjenjuje se zavisnošću od neke druge grupe, i to su pretežno vršnjaci (Rudan, 2004). Zato je važno da upravo sa takvom grupom vršnjaka osoba dijeli iste ili slične stavove, vrijednosti i mišljenja, kako bi se osnažila sigurnost, povjerenje i prihvatanje. Baret (Barrett, 1996) smatra da su prijateljstva u ranoj adolescenciji toliko jaka i moćna da dijete svoj identitet povezuje sa identitetom svoga najboljeg druga ili drugarice. Dječaci i djevojčice u ovom uzrastu imaju toliko snažan odnos sa najboljim drugom ili drugaricom, da je samopoštovanje djeteta vezano za dostignuća prijatelja/ice, a ova činjenica povezana je sa subjektivnim čulom djeteta, odnosno sa smislom blagostanja (Berndt, 1982, prema: Barrett, 1996). Kod oba pola značajan je povećan seksualni interes, dok kognitivno, u ovoj fazi mladi imaju ograničen kapacitet za apstraktnu misao, ali zato intelektualna interesovanja postaju važnija i proširuju se (Tsagem, 2022).

Srednja adolescencija obuhvata period od 15. do 17. godine, gdje su mladi usredsređeni na društvo i sopstveno prihvatanje, kao i stvaranje ugleda i dobrog položaja u društvu. Potreba za

takmičenjem i jedinstvenost, odnosno sposobnosti, osobine i interesovanja čine osobu takvom kakva jeste. Prema Baretu (Barrett, 1996), to se odvija na sljedeći način: prvo se formiraju „klike“ (engl. *cliques*) što predstavlja malu grupu vršnjaka koji su karakteristični po određenom ponašanju ili stavovima. Drugo, djeca postaju konkurentnija, imaju takmičarski duh, žele da se dokažu i da nadmaše vršnjake u nekim aktivnostima. Treće, dolazi do faze zaljublivanja, odnosno razvoja prve ljubavi prema drugoj osobi.

Kada je riječ o fizičkom razvoju, rast se ubrzava kod muškaraca, glas je napuknut, a kod većine mladih pojavljuju se i akne, dok su fizičke promjene kod djevojčica potpune, a većina njih je već i dobila prvu menstruaciju (Tsagem, 2022). Zbog svega navedenog veoma su zabrinuti za svoj izgled i znači im mišljenje vršnjaka. Takođe, u ovoj fazi dolazi i do zanimanja za suprotni pol i stvaranje prvih simpatija i ljubavi, a kod velikog broja dolazi i do upuštanja u prve seksualne odnose (Rudan, 2004). Tokom ove faze mladi postaju zainteresovani za smisao života i moralno rasuđivanje (Tsagem, 2022). Mladi su sposobniji za apstraktno razmišljanje i stvaranje „šire slike“, ali im fali sposobnost da to primjene u stvarnom životu zbog toga što jake emocije i dalje upravljaju njihovim odlukama (Graovac, 2010).

Kasna ili pozna adolescencija dolazi nakon 18. godine i traje do 24. godine, fizički razvoj je završen. Pojačana je kontrola impulsa kod mladih i mogu bolje da procijene rizik (Tsagem, 2022). Takođe, povećan je i pritisak za uspjehom na akademskom, socijalnom i finansijskom planu (Barrett, 1996). Dolazi do stvaranja identiteta i ličnosti, samopoštovanja, manje je prisutna potreba za zavisnošću od drugih osoba, odnosi sa roditeljima i vršnjacima su smireniji, prijateljski i partnerski odnosi su stabilniji (Rudan, 2004). Iako postaju emocionalno i fizički odvojeni od svoje porodice, mnogi od njih uspostavljaju zdravije odnose sa roditeljima, jer ih smatraju sebi ravnim, s obzirom na to da je sada i dijete odrasla osoba, i često traže savjet od njih i razgovaraju o bitnim temama (Tsagem, 2022). Dakle, više ne posmatraju roditelje kao autoritet, već kao prijatelje. S druge strane kod nekih mladih osoba i dalje postoji strepnja od odvajanja jer se završetkom školovanja očekuje od adolescenta da bude nezavisna osoba, finansijski i emotivno, što kod nekih može izazvati anksioznost. Zbog toga imamo situacije da se osoba koja je kroz školovanje bila „dobar učenik“ i „dobro dijete“, upušta u antisocijalna ponašanja (krađa, alkohol, vožnja, noćenja u zatvoru, dobijanje kazni), čime indirektno upozorava roditelje da joj je potrebna pažnja i pomoć (Barrett, 1996). Ovo zapravo može biti

jedan od razloga zašto osoba ima potrebu za zbližavanjem sa roditeljima i upoznavanjem svojih roditelja kao osobe, kako bi i dalje ostala sa njima.

Pored ove, osnovne podjele adolescencije, Nikolić (1988, prema: Begovac, 2021), takođe, smatra da se faze adolescencije mogu podijeliti na predadolescenciju, adolescenciju u užem smislu i postadolesceniju. Za *predadolescenciju* karakteristična je regresija u ponašanju za oba pola, oživljava se interes prema sopstvenom i tuđem tijelu, znatiželja, uočavanje razlike u fizičkom izgledu. Dok je *postadolescenija* period poslije 21. godine, do 24. godine, gdje se završava seksualna orijentacija i usklađuju se neki djelovi ličnosti (Begovac, 2021). Dakle, ličnost se integriše postepeno kroz preuzimanje socijalnih uloga kao što su brak i porodica, roditeljstvo, funkcije na poslu i tome slično.

1.2. Svijest o sebi

1.2.1. Samopoimanje

Sam pojam *self-koncepta*, samopoimanja, mnogi naučnici su različito definisali zbog prisustva mnogih sinonima i različitog tumačenja, kao i zbog same težine definisanja pojmova koji se tiču ličnosti, što otežava naučnu komunikaciju kao i istraživanja. Svi pojmovi koji počinju sa Ja, označavaju sebe, kao što su pojam o sebi (eng. *self-concept*), samopoimanje, slika o sebi (engl. *self-image*), samopouzdanje (engl. *self-confidence*), samoodređenje, samopoštovanje (engl. *self-respect*), samovrednovanje itd., i mogu se definisati na sljedeći način: „fenomenološka organizacija iskustva individue i ideja o njoj samoj u svim aspektima njezina života.“ (Coombs, 1981, prema: Lacković-Grgin, 1986:142). Ovi termini se često koriste kao sinonimi, međutim, treba razlikovati tri glavna dijela ovog diskursa: prvi koji se odnosi na percepciju samog pojedinca i njegovih kompetencija kao deskriptivni dio, drugi koji je „*idealno ja*“ i ono čemu osoba teži da bude, kakva je zapravo osoba i koje su njene želje i treće je samopoštovanje kao proces kojim osoba procjenjuje sebe i svoje sposobnosti (Humphrey, 2004, prema Grozdek, Kuterovac-Jagodić i Zarevski, 2007). Pojam o sebi predstavlja jedno od glavnih područja ličnog i socijalnog razvoja (Lebedina-Manzoni i Lotar, 2011b). Koler Trobović (1995, prema: Marinac, 2021: 88) definiše pojam o sebi „kao cjelovitu, organiziranu, osobnu i subjektivnu percepciju samog sebe“. Pojam „self“ sam po sebi ima mnogo značenja, i može se tumačiti na različite načine, a to može biti: mentalna struktura ličnosti, personalni identitet, svjesno i nesvjesno predstavljanje individualnih osjećanja, vrijednosti, ambicija, ciljeva, želja... (Begovac, 2021).

Marinac (2021: 90) navodi da „pojam o sebi ne može imati jedinstvenu strukturu, nego da je to kompleksna mentalna struktura proizašla iz odnosa pojedinca i društva“. Realna svijest o sebi nam može pomoći da zapazimo ko smo, da uvidimo naše mogućnosti i granice, da naučimo kako da doživljavamo pozitivna iskustva, a kako da izbjegnemo negativna, da izgrađujemo pozitivne osobine o sebi i da se lijepo osjećamo kada mislimo o sebi (Stamać-Ožanić, 2020). Dakle, neminovno je da stvaranje svijesti o sebi utiče pozitivno na naš život.

Činjenica oko koje se većina istraživača usagasila jeste da se pojam o sebi, kao razvojni fenomen, formira u periodu adolescencije (Mladenović i Knebl, 1999). Adolescencija je period započinjanja razvoja identiteta. Svijest o sebi proizilazi iz fizičkih i socijalnih interakcija i događaja u kojima je dijete uključeno, jer na taj način dijete stvara sliku o sebi i svom tijelu i podiže svoju svijest na viši nivo posmatrajući sebe odvojeno od drugih zbog svoje različitosti (Krstić, 2008). Može se reći da je princip sopstva (engl. *self-concept*) uređen hijerarhijski tako da se mijenja rastom, što znači da se tokom života stiče, razvija i postaje jasniji (Shavelson & Bolus, 1986). Osobe u dobu adolescencije i odraslom dobu često procjenjuju svoj život, a to može imati različite svrhe kao što su uvid u samog sebe i kritičko preispitivanje ličnosti kao i ispravljanje životnog puta (Lacković-Grgin, 2012). Proces stvaranja pojma o sebi adolescenti shvataju veoma ozbiljno jer zapažaju kako se oni razlikuju od drugih, da su različiti od svojih roditelja, čude se ko su oni u stvari, kako uopšte funkcioniše psiha, u nekim oblastima su „filozofski“ orijentisani, više razmišljaju apstraktno, takođe, zapažaju i svoje tijelo i promjene na sebi (Begovac, 2021). Pojam o sebi izuzetno utiče na naš život jer time odgovaramo na važna životna pitanja i određujemo ono šta smo. Upravo kroz pojam o sebi mi određujemo naše životne ciljeve, šta je to što smatramo važnim, čime ćemo biti zadovoljni, a čime ne, šta je to što za nas može biti stresno i negativno, čime se vodimo kroz život i slično (Brdar, 2006).

Sama činjenica započinjanja razvoja pojma o sebi dovodi nas do spoznaje koliko zapravo odrasli ljudi utiču na dijete i njegov pojam o sebi (Marinac, 2021). „Prema dosadašnjim saznanjima može se reći da koncept ili svest o sebi adolescenata obuhvata fizički, socijalni i intelektualni domen“ (Opačić, 1995, prema: Janjetović, 1997: 68). Formiranje pojma o sebi spada u socijalni kontekst, upravo kroz interakcije sa drugima, što se može reći da je osnova za formiranje pojma o sebi povratna informacija (engl. *feedback*) od osoba koje nam znače, kao glavni izvor informacija o nama samima (Krstić, 2008). Ukoliko osoba ima pozitivan pojam o sebi, velike su predispozicije da će ispoljavati poželjno socijalno ponašanje, dok osobe sa

negativnom slikom o sebi imaju nisko samopoštovanje i umanjuju vlastitu vrijednost (Lebedina-Manzoni, Novak i Jeđud, 2006). Dakle, proces stvaranja svijesti od sebi započinje sa roditeljima, kroz njihovo vaspitanje i provedeno vrijeme sa njima, zatim polaskom u školu i upoznavanjem sa vršnjacima, kroz poređenje sa njima, bilo kroz akademski uspjeh, socijalni ili fizički, kao i kroz sveukupnu osjetljivost na reakcije drugih ljudi.

Upravo zbog toga što razvoj pojma o sebi pripada u velikoj mjeri socijalnom kontekstu, početak razvoja zavisi od društva i okoline. Baumajster i Tajs (Baumeister & Tice, 1986, prema: Marinac, 2021) razlikuju *pojam javnog sebe i privatnog sebe*. Javni pojam sebe predstavlja ono kako osoba sebe prikazuje drugima, odnosno karakteristike i oblici ponašanja koji su dostupni javnosti, a privatni pojam sebe predstavlja unutrašnjost osobe, realni i svjesni pojam o sebi, stvarnost osobe (Marinac, 2021). Razvoj privatnog pojma o sebi je veliki ali veoma značajan i težak korak ka razvoju pojma o sebi (Graovac, 2010). To u djetinjstvu započinje pretežno tako što dijete ima zamišljenog prijatelja sa kojim se druži i priča, može ga vidjeti i čuti, zatim dijete uočava da ono može imati tajne, da može lagati, te tako uočava da ono posjeduje skrivenu stranu, koja posjeduje skrivene misli, želje, ideje (Graovac, 2010). Možemo reći da sposobnost i dovoljna zrelost kod adolescenta pravi razliku između javnog sebe i privatnog sebe, da ne dolazi do preplitanja to dvoje, dakle, da izostaje zbunjenost, u velikoj mjeri doprinosi psihičkom zadovoljstvu osobe i samopouzdanju.

Samopoimanje je fenomen koji je nastao u 19. vijeku i definisao ga je Džejms 1890. godine (Cicović-Maslovar, 2015), razlikujući dva segmenta samopoimanja, i to eng. „I“ (ja) i eng. „Me“ (mene). „Ja“ se odnosi na onoga koji procjenjuje, a „mene“ na objekt koji procjenjuje, bukvalno rečeno „ja procjenjujem sebe“. Samopoimanje se može shvatiti kao psihosocijalna procjena percepcije koju osoba ima o sebi (Delač-Horvatinčić i Kozarić-Ciković, 2010). Nina Hadžiahmetović i drugi (Hadžiahmetović, Kolenović-Đapo, Đapo, Hasanbegović-Anić i Komnenić-Kahlert, 2011: 156) navode da je „samopoimanje organizovana shema iskustva koju osoba ima o sebi“. Dakle, to je važan koncept društvenih nauka i kao takav ima psihološku dobrobit. Globalno samopoimanje je percepcija sebe koja se stvara kroz vlastito doživljavanje iskustva, interpretacija događaja, koje se odvija kroz jaki uticaj značajnih ljudi iz okruženja (Grozdek i dr., 2007). Utvrđene su i razlike u samopoimanju kada je riječ o polu, djevojčice imaju manje samopoštovanje i više su nezadovolje fizičkim izgledom nego dječaci (Harter, 1988b; Trzepacz, 2001; Zeba i dr., 2007, prema: Justinić i Kuterovac-Jagodić, 2010). Dok ostala

istraživanja pokazuju kako su „dječaci sposobniji za fizičke aktivnosti i imaju bolju percepciju vlastitog tijela“ (Eccles i dr., 1993; Marsh, 1989, Brajša-Žganec i dr., 2000, prema: Grozdek i dr., 2007: 5). Ono nam je važno jer utiče na vlastite emocije, motivaciju i ponašanje mladih u ovom razdoblju, za koje su karakteristične burne reakcije, nagle promjene i stvaranje identiteta.

Samopoimanje je jedna od ključnih stavki za razumijevanje ljudskog ponašanja kao i razumijevanje kako sebe tako i drugih (Grozdek i dr., 2007). Koncept sebe je multideterminisan i razvija se od djetinjstva do odraslog doba – do završetka perioda adolescencije (Shavelson & Bolus, 1986). Ono nije urođeno i konstantno, već se razvija i mijenja kroz život, pod uticajem raznih spoljašnjih faktora (Nair, 2016). U spoljašnje faktore, pored društva i porodice, spadaju i mediji, kojima su mladi svakodnevno izloženi.

1.2.2. Dimenzije pojma o sebi

Svijest o sebi može se podijeliti na privatnu i javnu, privatna se odnosi na emocionalni doživljaj sebe i sagledavanje ličnog psihičkog aspekta, dok je javna svijest o sebi ono kako sebe doživljavamo u socijalnom pogledu, komunikaciji i saradnji sa drugim ljudima (Popov, 2021).

Pojam o sebi sadrži tri dimenzije, i to: znanje o sebi, očekivanja od sebe i vrednovanje sebe (Vizek-Vidović, Rijavec, Miljković i Vlahović-Štetić, 2014).

Znanje o sebi odnosi se na opisivanje samog sebe u pogledu pola, visine, težine, boje kose, stila oblačenja, nacionalnosti, profesije i zanimanja, osobina ličnosti i sl. (Vizek-Vidović i dr., 2014). Možemo reći da je to svijest osobe o sebi – koliko ona zapravo zna o sebi. Znanje o sebi razvija se oko djetetove druge godine tako da je dijete svjesno svog pola i toga da je dijete, a kasnije postaju svjesni toga šta vole, a šta ne (Lacković-Grgin, 1994). Znanje o sebi nam je nužno iz razloga što time možemo promijeniti ono što je kod nas i u nama loše, dakle, možemo promijeniti ono što jesmo, ali ne i ono što želimo biti (Nair, 2016). Možemo reći da je svijest ovdje ključna, jer ako nijesmo svjesni da smo dobri ili loši, da li nas vole ili mrze, da li smo u nečemu uspješni ili ne, da li imamo određene sposobnosti ili ne, ne možemo napraviti promjene u nama samima i teže ćemo se suočiti sa problemima.

Samovrednovanje predstavlja mišljenje osobe o sebi, svojim sposobnostima, kao i ponašanju (Mulaosmanović, Musić i Kajtaž, 2014). Vlasta Vizek-Vidović i dr. (2014) smatraju da se druga dimenzija odnosi na ideju osobe o sebi, procjenu onoga što jesmo i kakvi smo sa upoređivanjem onoga što bismo voljeli da jesmo ili kakvi bismo mogli biti. Rezultat procjene

sebe je samopoštovanje (Marić, 2005), a pozitivna procjena vodi ka visokom samopoštovanju i obrnuto.

Očekivanja od sebe ogledaju se kroz osobine koje osoba ima zbog dužnosti, obaveze i odgovornosti (Mulaosmanović i dr., 2014). Dakle, osoba ima jasnu sliku o onome što je, ali sada, uz svoje mogućnosti, stvara širu sliku sebe, onoga što bi mogla biti (Mulaosmanović i dr., 2014). Očekivanja od sebe mogu se pojaviti u obliku „stvarnog ja“ i „idealnog ja“. „Stvarno ja“ odnosi se na osobine koje osoba vjeruje da posjeduje, dok se „idealno ja“ odnosi na osobine koje bi osoba voljela da posjeduje, to su zapravo nadanja i želje te osobe (Miljković i Rijavec, 2001).

1.3. Slika o sebi

Razvoj slike o sebi započinje oko četvrte godine života, jer se tada povećava njihovo znanje o vlastitim karakteristikama i vrijednostima (Brdar i Rijavec, 1998). U djetinjstvu, onda kada dijete zapazi da su neke stvari još uvijek tu (kao npr. djetetovo tijelo), a neke samo ponekad i privremeno (npr. majčine grudi), dijete otkriva svoje ruke, prepoznaje svoje lice, osjeća bol kroz svoje tijelo, i možemo reći da tada počinje proces samopoimanja (Pozvek, 2024). Očekivanja od roditelja, kao i rodni stereotipi, u izvjesnoj mjeri utiču na to kako djeca sebe vide u ovim godinama, međutim, ona su svjesna sebe, a to možemo vidjeti kroz njihovo opisivanje sebe drugima kada koriste pridjeve „lijep/a“, „dobar/a“, „veliki/a“, „mali/a“ i slično (Velki, Cakić i Oblačić, 2015). Dakle, djeca u tom periodu pokazuju prve znakove slike o sebi, i veoma je važan uticaj vaspitača i roditelja u procesu zadržavanja pozitivne slike o sebi, a ujedno i eliminacija negativne slike o sebi.

Svako od nas ima doživljaje o samom sebi, svijest, ideje, osjećaje, vrijednosti, koji se razlikuju od onoga kako nas drugi doživljavaju i predstavljaju nam važnost u svakodnevnom životu (Lebedina-Manzoni i Lotar, 2011b). S obzirom na to da živimo u vremenu sve višeg podizanja svijesti o tome koliko naša unutrašnjost, naša psiha, utiče na našu spoljašnjost, možemo reći da se slika koju pojedinac ima o sebi može svakodnevno vidjeti kroz spoljašnjost, kroz ono što pojedinac radi, kako se ponaša prema sebi i drugima (Marinac, 2021). Svako od nas ima različitu teoriju sebe i teoriju svijeta, i svako je istraživač sopstvene pojave i ponašanja i zato se može reći da nam teorije o sebi olakšavaju život, jer „živimo u svijetu koji smo mi stvorili“ (Šarčević, 1999: 9). Svi gledamo na svijet različitim očima, živimo na način koji mi smatramo najboljim za nas, naše mišljenje o sebi rezultat je naših životnih doživljaja i na osnovu toga gradimo sliku o sebi, sposobnosti i načine ponašanja (Rošić, 2007). Upravo zbog toga kažemo da

nijesmo svi isti, svakodnevno se susrećemo sa ljudima koji se drugačije ponašaju od nas, različito razmišljamo i imamo različite vrijednosti. Slika o sebi proizilazi iz potrebe osobe za prihvatanjem, podrškom, poštovanjem, toplinom i sl., a to se stiče socijalnom podrškom koja se odnosi na stepen kojim se neke druge osobe odnose prema pojedincu, brinu o njemu, slušaju ga, razumiju, osjećaju (Brajša-Žganec, Raboteg-Šarić i Franc, 2000). Ono nastaje kroz opažanje vlastitog ja, sebe, kroz opažanje ponašanja, primanje informacija o nama samima kao i o drugima, dakle, kroz introspekciju (Lebedina-Manzoni i Lotar, 2011a). Ovaj proces prožet je pitanjima koja svi postavljamo sebi, kao što su *Ko sam ja?*, *Ko želim biti?*, *Vrijedim li?*, *Kako me drugi vide?* i sl. Čestim postavljanjem ovih pitanja sebi i davanjem iskrenih odgovora, mi zapravo radimo na procesu stvaranja slike o sebi, doživljavanja sebe.

Stvaranje slike o sebi je dugotrajan proces, koji pretežno zahtjeva da osoba prihvati samu sebe, kako ne bi došlo do unutrašnjih konflikata (Marinac, 2021). U adolescentnom periodu dolazi do preplitanja dotadašnjih iskustava i znanja o sebi i transformacija u doživljaj vlastitog identiteta koji je jedinstven (Kuburić, 1997). Lični doživljaj sebe prožet je učestvovanjem u različitim grupama, pripadanjem, raznim ulogama, situacijama koje te grupe nose i koje pojedinac doživljava, zbog čega možemo reći da je to predmet kako psiholoških i fizioloških, tako i socioloških istraživanja (Lebedina-Manzoni i Lotar, 2011b). Prema Kuburić (1997) slika o sebi predstavlja prerađeno iskustvo sa drugim ljudima koji su nama značajni, a tiču se nas samih. Adolescencija je značajno razdoblje u životu pojedinca gdje dolazi do naglih promjena, zahtjeva okoline kao i postavljanje zahtjeva samom sebi, potreba da se zauzme željeni stav, određeni stil ponašanja, odnosno da se osoba razlikuje od drugih, da bude prepoznatljiva i jedinstvena, da stvori svoj identitet (Lebedina-Manzoni i Lotar, 2011b). Stvaranje slike o sebi i samopoštovanja u adolescenciji uključuje promjene na područjima kao što su: školska kompetencija, fizički izgled, romantična privlačnost, prihvatanje u društvu, bliska prijateljstva kao i stručnost i ponašanje na poslu (Białęcka-Pikul, Stępień-Nycz, Sikorska, Topolewska-Siedzik & Ciecuch, 2019).

Slika o sebi predstavlja konstrukt koji se sastoji od idealnog ja (kakva osoba želim da budem, slike o sebi (kako ja sebe vidim) i samopoštovanje (koliko cijenim sebe) (Čokorilo i Tišma, 2006). Dakle, osoba procjenjuje sebe i svoje vrijednosti na način kako ona doživljava samu sebe, kako je drugi vide i doživljavaju i na osnovu toga koje je ciljeve i ideale sama sebi postavila, a da bi stvorila pozitivnu sliku o sebi potrebno je da idealno ja, ono što je osoba sebi postavila ko želi biti, bude usklađeno sa onim što osoba stvarno jeste (Lebedina-Manzoni i Lotar,

2011a). „King (1979) razlikuje šest aspekta slike o sebi: fizičko ja, intelektualno ja, emocionalno ja, socijalno ja, filozofsko ja, komunikacijsko ja“ (Lebedina-Manzoni i Lotar, 2011b: 40). Fizičko ja predstavlja segment koji u periodu adolescencije ima najjači uticaj na samopouzdanje mladih i odnosi se na stvaranje slike o svom tijelu, da li su zadovoljni svojim izgledom, da li vole svoje tijelo, što će u sljedećem poglavlju biti detaljnije objašnjeno.

1.4. Slika tijela

U periodu adolescencije, slika o tijelu, fizičkom izgledu i sama privlačnost osobe zauzimaju veliku ulogu u procesu izgradnje identiteta i samopouzdanja osobe. Riječ je o periodu gdje dolazi do značajnih fizičkih promjena i na to kako adolescent opaža samog sebe, što budi razne emocije kod osobe. Početni impuls slike o sebi ostvaruje se osjećajem i zapažanjem sopstvenog tijela koji ima sljedeće elemente: izgled, ponašanje, aktivnost i psihički život (Kuburić, 1997).

U adolescenciji, slika tijela postaje jedan od najvažnijih problema adolescenata, zbog naglih promjena u fizičkom izgledu, kao i pojedinih djelova tijela. U pubertetu i ranoj adolescenciji, zbog prisustva razvojnih fizičkih promjena, često dolazi do neusaglašenosti između vlastite percepcije i težnje ka idealnom izgledu (Ciprić i Landripet, 2017). S obzirom na to da dolazi do naglih tjelesnih promjena, ubrzanog rasta, dobijanja masnih naslaga na bokovima (kod djevojčica pogotovo), rast sekundarnih seksualnih organa, pojava prve menstruacije, maljavost i mutacija kod dječaka i sl., možemo reći da je glavni zadatak adolescencije, da pored naglih promjena razviju pozitivnu sliku o sebi, zaista izazovan (Mihajlović i Janjić, 2013). Prisustvom burnih emocija u adolescenciji, mogu se javiti negativne emocije vezane za fizički izgled ili čak neka traumatična iskustva kao što su: nesigurnost, strah, gubitak samopouzdanja, osjećaj manje vrijednosti, anksioznost i depresivnost (Laklija i Urbanac, 2007). Stvorena slika o svom tijelu nije statično mišljenje, već se ono mijenja sa promjenom fizičkog izgleda, promjenom stavova ali i društvenih normi i standarda (Furnham, Badmin & Sneade, 2002). „Mladim osobama slika o tijelu postaje jednaka njihovom vlastitom identitetu, jer ono *kako izgledam* jednako je onome *tko sam zapravo ja*“ (Laklija i Urbanc, 2007: 582). Izgled tijela, slika o sebi (engl. *self-image*) ima važnu ulogu ne samo u periodu adolescencije, već i u odraslom dobu zbog toga što izgled predstavlja vidljivu uspješnost, a slika uspješnosti, makar u našem društvu, zahtjeva dobro tijelo i dobro obučeno tijelo (Velov i Jovanović, 2023).

Savremena definicija slike tijela glasi da je to „konstrukt koji obuhvata način na koji osoba vidi svoje tijelo, uvjerenja u vezi sa sopstvenim tijelom i njegovom adekvatnošću kao i emocionalne reakcije na tijelo i sa njim povezane stimuluse“ (Grogan, 2016: 3; prema: Borović, 2022: 194). Slika tijela je mišljenje, doživljaj i predstava osobe o vlastitom tijelu, veličini i težini, osjećaj prema tijelu, prihvatanje ili neprihvatanje sopstvenog tijela (Petrović, 2016). Slika tijela može se definisati i kao „slika koju imamo u našem umu o obliku, veličini i težini našeg tela; kao i naša osećanja koja se tiču veličine, oblika i težine našeg tela u celini, kao i njegovih delova“ (Slade, 1988; prema: Aleong et al., 2007; prema: Petrović, 2016: 8). Slika tijela može biti prikaz nečijeg tijela, uključujući i njihov odraz kroz ogledalo, kako tu sebe vide, i ona odražava društvene konstrukte, koji zavise od kulture društva i normi (Jiotsa, Naccache, Duval, Rocher & Grall-Bronnec, 2021). Dakle, riječ je o subjektivnom iskustvu vlasititog tijela, sopstvenom mišljenju i zato možemo reći da ona nije u skladu sa realnim osobinama i cjelokupnim izgledom tijela (Erceg-Jugović, 2011). Sve misli i emocije koje se vrte oko sopstvenog tijela predstavljaju sliku o svom tijelu (Jiotsa et al., 2021).

Zaslužnikom za uvođenje modela slike o tijelu u društvene nauke smatra se Paul Ferdinand Šilder (Shilder, 1935; prema: Ambrosi-Randić, 2003, prema: Petrović, 2016). On, takođe, smatra da postoji psihološka i socijalna dimenzija slike tijela (značaj socijalnih stavova, uvjerenja, sukoba, kao i emocija u vezi sa vlastitim tijelom), čime slika tijela postaje multidimenzionalni diskurs (Petrović, 2016). Slika tijela spada u varijablu psihološkog selfa, zbog toga što postoji stav adolescenta koji varira od nezadovoljstva i neprihvatanja tijela, zatim kroz određeni period i životna iskustva adolescent dolazi do zadovoljstva i prihvatanja tijela.

Slika tijela sastoji se od dvije dimenzije, i to:

1. **Perceptivna** – odnosi se na vlastitu preciznost u procjeni veličine, visine, obima, konstitucije tijela,
2. **Subjektivna** – odnosi se na sam osjećaj i doživljaj osobe vlastitim tijelom, prisustvo zadovoljstva, nezadovoljstva, ugoda ili neugoda sa vlastitom težinom i oblikom tijela (Lovretić, Benjak i Vuletić, 2013).

Tijelo predstavlja površinu ili spoljašnjost identiteta. „Tjelesnost je osnovni element ljudske egzistencije“ (Kardum, 2014: 7). „Tijelo smo mi, ali se tijelo istovremeno i doživljava kao objekat koji je procijenjen od strane selfa, kome je data određena vrijednost“ (Borović, 2022: 24). Tjelesno samopoimanje odnosi se na to šta mi mislimo kako izgledamo u očima drugih ljudi,

da li smo im lijepi, atraktivni, fizički privlačni ili ne (Lebedina-Manzoni i dr., 2006). Ono predstavlja važan dio razvoja samopoimanja, samopoštovanja i stvaranje slike o sebi. S obzirom na to da živimo u društvu u kojem se naglašava ženska privlačnosti, gdje žena gradi svoje samopoštovanje najviše na osnovu fizičkog izgleda, možemo reći da fizički izgled zauzima veliko mjesto kod žena u formiranju slike o sebi (Velov i Jovanović, 2023). Iako se društvo iz dana u dan sve više mijenja, i dalje je prisutan stereotip da žene treba da se fokusiraju na svoj fizički izgled, a muškarci na posao i sticanje bogatstva (Martinić, 2023). Galaher (Gallagher, 2005, prema: Kiš i Bujan, 2008) pravi razliku između *tjelesne slike* i *tjelesne sheme/koncepta*, gdje tjelesna slika predstavlja stavove, percepciju i uvjerenja o nečijem tijelu, dok je shema/koncept dio senzomotornog sastava koji funkcionira bez našeg svjesnog nadzora. Tijelo je u fokusu i u tolikoj mjeri bitno da mladi smatraju da je i drugima njihov izgled bitan kao i njima samima (Ciprić i Landripet, 2017). Možemo reći da ono predstavlja utočište identiteta osobe, jer uz pomoć tijela primamo informacije iz okoline, osjećamo kroz kožu i sl. (Kiš i Bujan, 2008). Važnost tjelesnog samopoimanja ogleda se u odnosu između mišljenja koje pojedinac ima o sebi i njegovog budućeg ponašanja, dakle, samopercepcija osobe utiče na dalje bavljenje fizičkim aktivnostima kao i na stav prema sportu (Hadžikadunić, 2012). Upravo je fizička aktivnost ta koja doprinosi da se osoba osjeća bolje u svojoj koži i da zavoli svoje tijelo.

Činjenica da se ženske osobe identifikuju na osnovu fizičkog izgleda, dovodi do toga da se kroz fizički izgled izvode osobine i moralnost te osobe (Velov i Jovanović, 2023). Selma Mustaćević (2015) smatra da „slika tijela neovisna od ideala ženskog tijela bi značila slobodu da se prihvati vlastito tijelo i da se slavi funkcionalnost, a ne oblik jer tad se ne bi trošilo vrijeme i energija na dostizanje“ (Mustaćević, 2015: 211).

Izazov sa kojim se mladi susreću jeste i funkcionisanje u promjenljivom okruženju, čime se kod njih razvija sposobnost prilagođavanja, tolerancija na frustraciju, samokontrola, ali i opšta adaptibilnost koja se vidi i značajna je za psihičko zdravlje osobe (Kuburić, 1997). Tijelo je nemoguće posmatrati izvan okruženja u kojem se ljudi nalaze i ideologije koje je društvo postavilo (Kiš i Bujan, 2008). „Socijalni model žene i muškarca, ženstvenost i muževnost konstruiše društvo i na taj način određuje njihovu ulogu u društvu“ (Velov i Jovanović, 2023: 261). Ljudi mjere sebe, svoje mišljenje i status na taj način što sebe upoređuju sa drugima, što znači da ukoliko se osoba upoređuje sa nekim ko bolje izgleda, može doći do nezadovoljstva vlastitim fizičkim izgledom ili obrnuto (Kramer, Ingledew & Iphofen, 2008). Iako zabrinutost za

sliku tijela započinje u djetinjstvu, kod djevojčica zabrinutost za sopstveni izgled i opsjednutost tijelom, doseže vrhunac na prelazu u adolescenciji (Choukas-Bradley, Roberts, Maheux & Nesi, 2022). „Njihov društveni status postaje određen po fizičkoj privlačnosti“ (Maieuk & Kleiser, 2020, prema: Choukas-Bradley et al., 2022: 683). Ovakvo ponašanje vodi ka problematičnoj činjenici gdje imamo društvene mreže na kojima je često predstavljena iskrivljena slika realnosti muškog ili ženskog tijela zbog prisutnosti raznih programa i sajtova za uljepšavanje fotografija i video snimaka (Lubina i Brkić-Klimpak, 2014).

Na sliku tijela koju adolescenti stiču o sopstvenom izgledu, a pogotovo djevojaka, utiču tri sociokulturne sile: roditelji, vršnjaci i mediji. „To se odvija kroz dva primarna mehanizma: (1) podsticanje internalizacije mršavog ideala i (2) podsticanje poređenja izgleda“ (Thompson et al., 1999; prema: Choukas-Bradley et al., 2022: 684). Egocentrizam je osobina koja se pretežno javlja kod adolescenata i može dovesti do pretjerane zaokupljenosti fizičkim izgledom, a predstavlja potrebu da se skrene pažnja na sebe i sopstveno tijelo (Laklija i Urbanac, 2007).

Prema Borović (2022), slika tijela, kao i drugi stavovi, sastoji se od kognitivne, afektivne i bihejvioralne komponente. Kognitivne proizilaze iz prethodnog iskustva i stvaraju informaciju u vezi sa sobom, kako procjenjuje svoj izgled, vjerovanje o tome kako izgleda, što se može reći da vodi ka generalizaciji sopstvenog izgleda (Petrović, 2016). Afektivna komponenta vezana je za emocije koje variraju od potpunog zadovoljstva sopstvenim izgledom, do očaja i tuge, i zatim bihejvioralne komponente koje predstavljaju ponašanja kojim se prikriva ili oblikuje tijelo (Borović, 2022).

Stav prema tijelu može se posmatrati preko komponenti (Thompson & Van den Berg, 2002; prema: Matić, 2008; prema: Petrović, 2016: 9):

1) *Globalno subjektivno nezadovoljstvo* – odnosi se na opšte (ne)zadovoljstvo time kako izgleda naše tijelo. Zadovoljstvo se definiše tako da obuhvata različite aspekte tijela, kao što je zadovoljstvo tjelesnom težinom, pojedinim djelovima tijela, obim i slično (Erceg-Jugović, 2015).

2) *Afektivna uznemirenost u vezi sa tjelesnim izgledom* – odnosi se na emocije koje osoba doživljava u vezi sa sopstvenim izgledom. Uključuje emocije poput anksioznosti, disforije i neprijatnosti (Pokrajac-Bulian, Stubbs i Ambrosi-Randić, 2004). To može biti npr. doživljavanje anksioznosti kada se osoba koja želi da smrša, nađe ispred hrane ili depresivnost osobe kada se pogleda u ogledalo.

3) *Kognitivni aspekt slike tijela* – odnosi se na ulaganje u sopstveni izgled, kognitivne distorzije o tijelu, atribucije i druge kognitivne elemente. Može uključivati i želju za mršavljenjem ili gojenjem, planove o načinu uzimanja hrane ili odluke o tome da se promijeni izgled (Powell, Hendricks, 1999; prema: Pokrajac-Bulian i dr., 2004).

4) *Ponašanje izbjegavanja kao posljedica nezadovoljstva izgledom* – radi se o izbjegavanju situacija (poput npr. odlaska na plažu) i objekata (ogledanje, mjerenje i sl.) koje u nama podstiču zabrinutost time kako naše tijelo izgleda (Petrović, 2016).

1.4.1. Tjelesna težina

Sukamto i saradnici (Sukamto, Hamidah & Fajrianthi, 2019: 61) navode da „postoje tri elementa koji predstavljaju osnovu slike tijela“: prvi – kako osoba doživljava svoje tijelo i da li je ta percepcija tačna ili iskrivljena u poređenju sa objektivnim standardima; drugi – saznanja ili misli o svom izgledu (npr. „moje tijelo je ogromno“); treći – emocije u vezi sa tijelom, posramljenost, zadovoljstvo, ponos i sl.

„Informacije koje adolescent dobija o sebi od značajnih osoba iz svog okruženja, predstavljaju osnovni izvor informacija o sebi“ (Krstić, 2008: 540). Efekat povratnih informacija vršnjaka u vezi sa izgledom o slici tijela, u velikoj mjeri zavisi od pola recipijenta (De Vries, Peter, De Graaf & Nikken, 2016).

U izgradnji slike tijela u adolescentskom periodu, veliki doprinos ima tjelesna težina. „Izgled tela je dobio na značaju u sistemu vrednosti“ (Velov i Jovanović, 2023: 261). Nezadovoljstvo fizičkim izgledom i uvođenje dijete u periodu adolescencije predstavljaju rizične faktore za razvoj anksioznosti, depresije, manjak samopoštovanja kao i poremećaj hranjenja (Erceg-Jugović i Kuterovac-Jagodić, 2016). Pokazalo se da nezadovoljstvo svojim tijelom vodi ka rizičnom ponašanju adolescenta u promjeni tijela, kao što je upotreba suplemenata, restriktivne dijete, pretjerano vježbanje i jaki treninzi za dobijanje mišića (Vuong, Jarman, Doley & McLean, 2021).

Težnja da se dostigne idealni standard ljepote vodi ka poremećaju u ishrani. U poremećaje ishrane spadaju *anoreksija nervoza* i *bulimija nervoza* (Sambol i Cikač, 2015). Anoreksija predstavlja psihijatrijski poremećaj kod kojeg se osoba izgladnjuje, odbija da zadrži normalnu tjelesnu težinu (Sambol i Cikač, 2015). Razlikuju se *restriktivni tip* anoreksije, gdje je razlog mršavosti nemogućnost jela, nedostatak apetita, i *prejedajući tip* gdje osoba unosi dovoljnu količinu hrane, nakon čega slijedi pražnjenje, odnosno namjerno izazvano povraćanje (Livazović

i Mudrinić, 2017). Važno je napomenuti da anoreksija predstavlja jedan od najčešćih uzroka smrti, kada je riječ o psihičkim poremećajima, i pretežno se dešava u adolescenciji (Milić, 2020). Bulimija nervoza predstavlja prekomjerno uzimanje velike količine hrane (prejedanje), gdje osoba nema osjećaj samokontrole, a nakon toga slijedi izbacivanje hrane iz organizma kroz povraćanje (Sambol i Cikač, 2015). „Cjeloživotna prevalencija za anoreksiju nervozu iznosi 0,4–3,7%, za bulimiju nervozu 1,2–4,2%, dok se poremećaji hranjenja smatraju trećom najčešćom kroničnom bolesti u adolescenata“ (Knez, Pokrajac-Bulian i Peršić, 2008: 114). Poremećaju u ishrani prethodi loša slika o svom tijelu i nizak nivo samopouzdanja. S obzirom na to da su mladi u adolescentnom periodu podložni uticaju drugih, možemo reći da je i uticaj medija veliki, zbog toga što se putem medija promovišu razni načini držanja dijete, čemu podliježe mlada ličnost koja je neostvarena i nezadovoljna sopstvenim izgledom (Šincek, Tomašić Humer i Merda, 2017).

Takođe, još jedan od oblika poremećaja u ishrani prisutan u adolescenciji jeste i *gojaznost*. Gojaznost predstavlja porast tjelesne težine za 20% od idealne individualne težine (Mihajlović i Janjić, 2013). Zabrinjavajući podatak je da je u protekle tri decenije porast broja gojazne djece porastao višestruko, tako da sada u svijetu imamo preko 150 miliona gojazne djece (Vukićević i Miličković, 2017). U adolescentnom periodu, gojaznost zaista nije toliko čest slučaj, ali je specifičan iz razloga što može biti uzrokovan različitim faktorima, kao što su: traume, stresni događaji, smrt i gubitak bliske osobe, razvod roditelja, strah, zatim biološki, psihološki ili kulturološki faktori (Ćurčić, 2011). Pored toga, na pojavu gojaznosti mogu uticati i neki problemi mentalnog zdravlja: anksioznost, depresivnost, opsesivno-kompulsivni poremećaji, koji se odražavaju na način da osoba pretjerano jede, ne zbog osjećaja gladi, već kako bi kroz hranu koju voli, izazvala u sebi osjećaj mira, zadovoljstva, spokoja (Mihajlović i Janjić, 2013). Adolescenti se mogu ugojiti najčešće na dva načina, i to: stalnim grickanjem hrane i povremenim prejedanjem, što je podstaknuto nezadovoljstvom, dosadom, napetošću i neaktivnošću (Mihajlović i Janjić, 2013). Rezultati istraživanja koje su sprovedi Veljko Vukićević i Velimir Miličković (Vukićević i Miličković, 2017: 83) pokazuju da „postoji povećanje prevalencije gojaznosti u periodu od desete do osamnaeste godine, i to da nagli skok gojaznosti počinje od četrnaeste godine“, kao i da je najkritičniji period prvi razred srednje škole.

Ukoliko se kod muškaraca kasnije pojavi fizička zrelost, veće su šanse da će razviti negativna slika o sebi (Alsaker, 1992; prema: Mihajlović i Janjić, 2013). Povećanje težine je

strategija koja se češće primjenjuje kod muškaraca, dok je restrikcija i držanje dijete vezana za ženski rod (Vounget al., 2021). Ženske osobe imaju tendenciju da posmatraju svoje tijelo onako kako ih drugi vide, da prate standarde ljepote kulture i da doživljavaju stid ukoliko nijesu uspjele svojim tijelom da ostvare ideal ljepote (Sukamto et al., 2019). Zauzvrat daje veće prisustvo nezadovoljstva, depresivnosti, manjak samopouzdanja, ali i porast stereotipa u društvu. Ovo potvrđuje rečenica koja, prema autoricama Tihane Lubina i Ivane Brkić-Klimpak glasi (Lubina i Brkić-Klimpak, 2014: 228): „djevojka koja želi postati manekenkom treba biti visoka 1.75 metara i teška 50 kilograma, što je 23% niži indeks tjelesne mase od prosječnih žena“.

Današnji ideal ljepote, direktno zavisao od sociokulturnog okruženja, postaje gotovo nedostižan i daje iskrivljenu sliku koja vodi ka nezadovoljstvu sopstvenim tijelom, pogotovo kod adolescenata, u periodu procesa formiranja ličnosti i identiteta (Erceg-Jugović i Kuterovac-Jagodić, 2016).

1.5. Mediji

1.5.1. Pojam medija

Riječ *medij* latinskog je porijekla (*medius*) i znači srednji, u sredini, i najčešće ga određujemo kao masovno sredstvo komunikacije i prenošenja poruke (Jurčić, 2017). Postoji više definicija medija, a jedna od njih je da je medij tehničko ili fizičko sredstvo kojim se, pomoću kanala, prenosi poruka (Jurčić, 2017). Postoji i pojam „masovni mediji“ kojim se označavaju „institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva“ (Ibid: 85, prema: Papić, Jakopac i Mićunović, 2011: 84).

Razlikujemo pisane, štampane ili tradicionalne medije (novine, štampa, knjige) i digitalne, elektronske ili savremene medije (koji funkcionišu uz pomoć satelita i elektronskih uređaja, TV, kompjuter, pametni telefoni) (Novalić, 2018). Pored prethodno navedenih u literaturi se pominju i *novi mediji*. Da bismo razumjeli nove medije, potrebno je prethodno odrediti šta to spada u „stare“ medije. Pod starim medijima podrazumijevamo upravo pisane ili štampane medije (knjige, novine, časopisi), dok novi mediji podliježu računarskoj distribuciji i obradi, i tu spadaju: telefoni, računari, video igrice, računarske instalacije, animacije, virtuelni svijet (Leinonen, 2010). Definicija novih medija u suštini ne postoji zbog toga što se oni stalno mijenjaju i unapređuju, kao i zbog nepredvidljivosti i neizvjesnosti budućeg razvoja tehnologije, ali se može reći da je razlika između starih (tradicionalnih) i novih (savremenih) medija u tome što su stari

mediji išli jednosmjernim putem, dakle, poruka je samo poslata od strane pošiljaoca ka primaocu, dok kod novih medija imamo povratnu informaciju od primaoca poruke, odnosno „fidbek“ (Novalić, 2018). Uz pomoć novih medija povećala se komunikacija ljudi u svijetu tako što se „saobraća“ posredstvom interneta, na taj način što ljudi komuniciraju, prenose mišljenja, iskustva, poglede i sve druge informacije preko raznih veb sajtova, blogova, slanjem fotografija, video snimaka i raznih drugih medija koji imaju istu svrhu a ujedno i prevazilaze geografske distance (Donev i Kaluđerović, 2016). Dakle, novi mediji povezuju ljude kao što je to nekada bilo sa telegramom ili telefonom, s tim što se sada to odvija na mnogo brži i napredniji način. Riječ je o „medijima za socijalnu interakciju koji koriste visokodostupnu i rastuću komunikacijsku tehniku, drugačije rečeno koriste veb postavljenu i mobilnu tehnologiju da bi pretvorili komunikaciju u interaktivni dijalog“ (Donev i Kaluđerović, 2016: 118).

Masovni mediji predstavljaju prozor u svijet, koji mi u tom trenutku ne možemo vidjeti, čiji sadržaji obliku vjerovanja, stavove i ponašanja (Penezić i Šunjić, 2013). Svaka zemlja razvija svoj medijski sistem koji je pod uticajem i kontrolom političkih, kulturnih i zakonodavnih okvira određene zemlje (Peruško, 2011), pa možemo reći da društvo i kultura određene zemlje utiču na formiranje sadržaja nekih medija, kao što su TV, film, časopisi, emisije i sl., kroz selektovanje i odabir sadržaja koji će narodu biti predstavljeni. Mediji sami po sebi nijesu niti dobri niti loši, već svoju pozitivnu ili negativnu stranu poprimaju tek onda kada se nađu u rukama pošiljaoca poruke, odnosno svoj smisao dobijaju onda kada su napravljeni za onoga koji uz pomoć tih medija može nešto saznati (Hercigonja, 2017). Funkcionisanje medija zavisi od društva, ukoliko je društvo otvoreno, mediji su još otvoreniji.

Svrha medija je, između ostalog, i da zabave šire slojeve društva jer je danas nezamislivo pronaći osobu koja ne posjeduje barem jednu medijsku platformu, što dovoljno govori o izraženoj i olakšanoj medijskoj manipulaciji (Jurčić, 2017). Tehničko-tehnološka revolucija diktira nam vrijeme u kojem živimo i samim tim nam donosi nove načine komuniciranja, što rezultira promjenama u načinu razmišljanja, stavovima, vrijednostima, navikama, interesu ali i cjelokupne socijalne sredine (Čengiće, 2018). Svaki medijski sadržaj, nesvjesno utiče na razmišljanje i ponašanje osobe.

1.5.2. Društveni mediji

Svakodnevno smo u prilici da čujemo riječi kao što su: Facebook, Twiter, Snapchat, Instagram, Wikipedia, Forum, Tik-Tok, Blog, LinkedIn, YouTube, Podcast i sl. Svi ovi pojmovi

spadaju u grupu i naziv *društveni mediji ili društvene mreže*. Ove društvene mreže nas prate u školama, na poslu, bogate naše slobodno vrijeme, pa tako sve češće gledamo spuštene glave i lica u mobilne ekrane, kao zamjenu za čovjekovog prijatelja. „Termin “društveni mediji“ se odnosi na svaku veb lokaciju i onlajn mobilnu aplikaciju sa sadržajem koji generiše korisnik“ (Jiotsa et al., 2021: 2). Društveni ili socijalni mediji omogućavaju svojim korisnicima da učestvuju u onlajn razmjenama poruka i sadržaja, kao i da se pridruže virtualnoj zajednici, a ujedno obuhvataju aspekte socijalnih, informacijskih i zabavnih usluga. Razlikujemo više definicija društvenih medija, a ono što je svakoj zajedničko jeste to da: 1) na društvenim mrežama moguće je podijeliti objavu u vidu fotografije, video zapisa, teksta, komentara, 2) svrha društvenih mreža je i komunikacija, ljudi komuniciraju sa drugim ljudima, grupama, članovima, stručnjacima, upoznaju nove ljude i slično (Brkić, Unkić i Spirjan, 2011). Ono što je zajedničko svim društvenim mrežama jeste to da omogućavaju interpretaciju sebe i svojih sadržaja i ujedno čine svoje profile vidljivim drugim korisnicima (Boyd & Ellison, 2007: 211). Dakle, moguće je pristupiti informacijama i izgledu osoba, a fizički ne upoznaju osobe.

Svrha društvenih mreža je omogućavanje ljudima da održavaju kontakte sa drugima, besplatno, bez fizičkog prisustva, dok strancima omogućava upoznavanje sa drugima kroz zajednička interesovanja, mišljenja, iskustva i stavove (Kosić, 2010). U skladu s tim, većina društvenih mreža je svima dostupna bez obzira na pol, uzrast, interesovanja, pa možemo reći da su se kulturne norme značajno promijenile kada je riječ o društvenim (socijalnim) mrežama. Prvobitna funkcija društvenih mreža bila je zabava i odmor, međutim, danas se više koriste za rješavanje društvenih konflikata i stvaranje imidža koje je društvo postavilo pa se može reći da često izlaganje širokom spektru tema može imati jak uticaj na samog korisnika (Glasovac, 2020).

Pozitivan uticaj korišćenja medija na adolescente se može vidjeti u pogledu tehničke i socijalne sposobnosti jer se na taj način pripremaju za savremeno funkcionisanje kao građani u digitalnom vremenu (Todorović, 2023). Ovo vodi ka lakšoj socijalizaciji, ali i stvaranju virtualne empatije prema prijateljima na društvenim mrežama, kao i stvaranju digitalne pismenosti. Takođe, introvertne osobe razvijaju svoje komunikacijske vještine i lakše stvaraju prijateljstva putem medija i društvenih mreža, što im pomaže za dalji razvoj i rad na sebi u budućnosti, kao i u stvaranju samopouzdanja (Jovanović i Kostadinović, 2019).

Ljudi žive drugi život ili dio svog života na društvenim mrežama tako što se, svjesno ili nesvjesno, pokazuju svijetu na drugačiji način. Društvene mreže na postepen način negativno

utiču na socijalne veze i odnose. Na internetu se prijateljstva mnogo brže sklapaju jer korisnici smatraju da su bliski zbog pristupa fotografijama, video-zapisima, biografiji i konstantnom razmjenom poruka, što može zavarati pojedinca, jer „prijateljstvo“ na društvenim mrežama ne znači prijateljstvo u svakodnevnom smislu te riječi (Rosen, 2007). Zbog svega navedenog mladi izbjegavaju upoznavanje sa drugima licem u lice, što predstavlja jednu od negativnih strana društvenih mreža.

Danas su mediji stvaraju društveno prihvatljive obrasce ponašanja. Kroz njih se ujedno stvaraju predrasude i stereotipi tako što oni prezentuju šta je društveno prihvatljivo, a šta ne. Tako imamo primjer mode kao jedno od najvažnijih područja uticaja medija na stvaranje stereotipa, pogotovo kod adolescenata. Ženama se od najranije starosti dijele razne reklame i savjeti o pravilnom oblačenju i adekvatnom fizičkom izgledu (žena koja prirodno sijedi je zapuštena), a muškarcima se dijele savjeti kako da se oblače, o dužini brade, frizuri, kako treba da izgleda „pravi muškarac“ (Siručić, 2010). Adolescenti su ti koji u najvećoj mjeri i najčešće koriste društvene mreže, kako bi zadovoljili dvije osnovne potrebe na tom uzrastu, a to su: potreba da se osoba istakne i da pripada, odnosno da stekne neki status u društvu i da stvori sopstveni identitet (Brown, Bakken, Ameringer & Mahon, 2008).

Svjedoci smo porasta pasivnog provođenja slobodnog vremena korišćenjem interneta i društvenih mreža, ne samo za primanje i razmjenu informacije, već i za zabavu i razonodu. Činjenica koja ovo potvrđuje jesu rezultati istraživanja koji pokazuju da mladi u Crnoj Gori u prosjeku dnevno provedu 4.2 sata na internetu, što je izuzetno zabrinjavajuće (Knežević i Đukanović, 2016). Razlog tome može biti izbjegavanje stresnih situacija u svakodnevnom životu, ulaskom u virtualni svijet koji im je poznat i siguran.

1.6. Uticaj medija na sliku o sebi

Živimo u svijetu gdje nas mediji okružuju sa svih strana i ljudi im posvećuju sve više vremena, što utiče na to da oni postupno oblikuju naš pogled na svijet tako što ga putem sadržaja na internetu prikazuju na određeni način. Ukoliko pogledamo i osvijestimo koje su to pozitivne i negativne strane korišćenja društvenih mreža, pogotovo u periodu adolescencije, postavlja se pitanje, kako ono zapravo utiče na fizičko samopoimanje mladih, razvoj ranjivosti, kao i stvaranje iskrivljene slike o sebi i svom tijelu.

Danas se često pominje pojam „Z-generacije“, što opisuje generaciju osoba koja su rođene između 1995. i 2011. godine kao „digitalnu generaciju“, gdje će te osobe u prosjeku do 2025.

godine provesti 12 godina ispred mobilnih ili računarskih ekrana i ujedno učestvovati u kreiranju internetskog sadržaja (Sinković, 2021). Sindrom koji objašnjava potrebu za prisutnošću na društvenim mrežama i zavisnošću jeste „FOMO“ – engl. „fear of missing out“ (Alutaybi, Al-Thani, McAlaney & Ali, 2020). Ovim pojmom objašnjava se strah koji se javlja kod mladih, a to je da su isključeni ili da propuštaju nešto bitno za njih na društvenim mrežama, a to su poruke, pozivi, objave, trendovi, što izaziva kompulzivnu potrebu za konstantnim prisustvom, kako se ne bi šta propustilo.

Danas se lične fotografije objavljuju na društvenim mrežama kako bi se dobio pozitivan komentar na fizički izgled od drugih korisnika, jer ako adolescent dobija pozitivnu povratnu informaciju o svom izgledu od svojih vršnjaka, imaće pozitivnu sliku o svom tijelu i visoko samopouzdanje i obrnuto. Hil i Denman (2016) smatraju da osobe sa visokim samopoštovanjem nemaju tendenciju za postavljanjem sopstvenih fotografija koje su prošle kroz filtere kako bi se dokazali drugima drugačijima nego što jesu. Takođe, oni smatraju da upotreba filtera proizilazi iz želje mladih (pogotovo djevojaka) da privuku što više „prijatelja“ na društvenim mrežama i na taj način dobiju sve više pozitivnih komentara i ocjena (Hill & Denman, 2016). „Samopoštovanje je procjena vlastitog samopouzdanja u tri dimenzije: fizički izgled, romantična atraktivnost te sposobnost formiranja i održavanja bliskih prijateljstava“ (Jerončić Tomić, Mulić i Milišić Jadrić, 2020: 2649). S obzirom na to da se na društvenoj mreži Instagram dnevno objavi preko 95 miliona fotografija (Robertson, 2018), potrebno je saznati kako sve te fotografije utiču na adolescente kada je riječ o pogledu na sopstveno tijelo i njihovom samopoštovanju, kao i na to kako žele da ih drugi vide. Jasno je da je riječ o manipulativnim fotografijama koje utiču na samopouzdanje, nezadovoljstvo fizičkim izgledom, poremećaj u ishrani i samopoimanje.

Razmatranja o štetnom i negativnom uticaju medija postoje od kada postoje sami mediji, pa se može reći da ne postoji medij koji nije probudio sumnju da je upravo on, svojim nasilnim sadržajem, izazivao agresivno ponašanje svojih primatelja tog sadržaja i informacije (Čengić, 2018). Rutović smatra da je „postmoderni mas-medijsko društvo, bez dilema, društvo globalne potrošačke kulture u kome dominiraju spektakl, senzacionalizam, medijska vizualizacija i moć reklamnih poruka“ (Rutović, 2011, prema: Mujić, 2018: 31). Savremeni mediji teže da privuku pažnju što više ljudi za korišćenjem određene aplikacije ili društvene mreže, da ih zainteresuju i podstaknu na aktivno korišćenje, zbog čega dolazi do stalnih promjena u korišćenju i pristupu medija i društvenih mreža, gdje ne postoji nikakva kontrola (Čengić, 2018).

Uloga medija nije samo prenošenje informacije, već je mnogo značajnija jer, putem medijskog izvještavanja, kreira sliku, stav javnosti o određenim događajima, oblicima ponašanja, pojavama, grupama, pojedincima (Mujić, 2018). Kod tradicionalnog medija i dalje je moguće kontrolisati medijski sadržaj, dok je kod onlajn medija to otežano jer postoji dvosmjerna komunikacija (Mujić, 2018). Samim tim, recipijenti ili publika, sami će uticati na tumačenje sadržaja na različite načine i možda promijeniti prvobitnu informaciju koja se slala određenim sadržajem.

Čatzopolou, Filieri i Dogrujol (2020) u svom istraživanju su pokazali kako sve više momaka ima loše tjelesno samopoimanje i doživljava negativne emocije i nelagodnost, zbog izloženosti fitnes trendovima na društvenim mrežama, dok djevojke imaju tendenciju da upoređuju svoj izgled sa izgledom osoba na društvenim mrežama (Chatzopoulou, Filieri & Dogrujol, 2020).

„Kult tijela je prisutan kao dominantni motiv u gotovo svim medijima, pri čemu ti isti mediji tendenciozno oblikuju sliku idealnog tjelesnog Ja u percepciji masa“ (Skelić, 2017: 253). Ukoliko prihvatimo ideal ljepote koji mediji promovišu kao jedino što je poželjno ili ako uređene slike ljudi prihvatimo kao realan prikaz stvarnih ljudi, dakle, prihvatamo informacije iz medija kao jedinu istinu, dolazimo do nezadovoljstva i razočarenja zbog nemogućnosti da te ciljeve dostignemo (Velov i Zotović, 2020). Na ovaj način adolescenti stvaraju iskrivljenu i nerealnu sliku o svom tijelu, teže ka nedostižnom i samim tim dolazi do pada samopouzdanja. Domen mode je upravo jedno od najtenzivnijih i najuticajnih djelovanja kroz medije, pogotovo za mlade djevojke (Kavaz-Siručić, 2010). Internet i društvene mreže prikazuju modele koji treba da predstavljaju stvarne ljude, ali bez prikaza manipulacije kojima su slike ili modeli oblikovani i stvoreni, zbog čega se kroz medije prožima ideja da je svako tijelo potpuno promjenljivo i da je uz malo truda i odricanja moguće doći do idealnog fizičkog izgleda (Lubina i Brkić-Klimpak, 2014).

Otkrivajući i slušajući raznu muziku, s ciljem pronalaska onog žanra koji najviše odgovara pojedincu, neminovno je prisustvo turbo-folka, kao muzike koja se nalazi svuda oko nas i predstavlja naš narod i područje. „Turbo-folk je žanr koji predstavlja postmodernističku fuziju najradikalnijih tradicionalnih stilova muzike balkanskih naroda, uključujući i elemente zapadne subkulture čiji je epicentar Srbija, manje pop stilovima, a najmanje tradicionalnoj narodnoj i umjetničkoj muzici“ (Mejremić, 2008: 29). Društvo, odnosno publika, prihvataju određenu muziku i na taj način se stvara trend i širi poruka koju muzika šalje.

U tekstovima balkanskih pjesama predstavljani su predstavnici muškog i ženskog pola – „tipični“ Balkanac i Balkanka (Cvitanović, 2009). Imamo odrednice Balkanskog muškarca gdje je on opisan kao muževan, sa izraženom ljudskom snagom, agresivan, dominira nad ženama, dok je u opisu žena najviše izražena ljepota, i to samo u svrhu zavođenja muškaraca što možemo vidjeti i kroz sljedeće citate balkanskih pjesama: „zavodljiva i nevjerojatne ljepote kojoj muškarci ne mogu odoljeti“, „njena je ljepota svakom momku mač u srce“, „pred ženskim čarima muškarci se bacaju na koljena“, „one se bore za muškarca, ona je stvorena za njega“ (Cvitanović, 2009: 328). Zbog društvene prihvaćenosti i popularnosti, ovakve pjesme šire stereotipe, prije svega o rodnoj neravnopravnosti, a zatim i o objektivizaciji i seksualizaciji žena, zbog čega mlade djevojke mogu pribjeći samopoštovanju sebe samo ukoliko su fizički prihvaćene i obožavane od strane muškog pola. Naše tvrdnje potkrepljuje istraživanje koje je sproveo Mejremić (2008), gdje je na uzorku od 643 mlada ispitanika, na pitanje da li slušaju turbo-folk muziku, 63,56% ispitanika odgovorilo je „svakodnevno“, kao i na pitanje da li bi i zašto voljeli da postanu poznati muzičari turbo-folk muzike, 9.11% je odgovorilo da bi to uradili zbog izgleda kao i da je izgled poznatih izvođača predstavlja uzor i težnju (Mejremić, 2008: 33). Ovi podaci pokazuju da je stepen slušanosti ove muzike zapravo stepen nekvalitetnog življenja i odvrćanje mladih od stvarnosti i pravih društvenih vrijednosti, kao i teškoću razlikovanja modernog, popularnog, trenda, od onoga kako čovjek realno izgleda u stvarnosti. Mediji masovne komunikacije promovišu ovakvu muziku i prisutna je na svim medijskim prostorima, zbog čega je mladi ne mogu izbjeći, što pokazuje da mladi bez kritike prihvataju sve što im mediji serviraju (Mejremić, 2008).

„Tijelo je onaj dio nas koji je najizloženiji promjeni u skladu sa zahtjevima okruženja i kulture, pri čemu je ta promjena i najevidentnija, i to kao usklađenost odnosno neusklađenost sa očekivanjima i vrijednostima postojećeg sistema“ (Skelić, 2017: 255). Osnovna medijska karakteristika jeste izgled pjevačice i dominacija vitkosti i obline, ekstravagantni nastupi i oskudna odjeća, gdje je težnja da pjevačica komunicira sa muškarcima preko fizičkog izgleda i na taj način privuče publiku (Rabrenović, 2013). Gledanje muzičkih spotova u kojima dominiraju mršavi ženski modeli, dovodi do nezadovoljstva fizičkim izgledom i težnjom ka istoj toj mršavosti kod mladih djevojaka (Bell, Lawton & Dittmar, 2007, prema: Erceg-Jugović i Kuterovac-Jagodić, 2016). Zbog stalne izloženosti ovakvim slikama i težnji ka takvom izgledu,

moguća je pojava nezadovoljstva sopstvenim izgledom i stvaranje loše slike o svom tijelu, kao i manjak samopoštovanja u periodu adolescencije.

Dolazi do kontrasta između ideala fizičkog izgleda koji je postavljen u društvu i trenutnog fizičkog izgleda, što stvara psihički pritisak.

1.7. Ideal ljepote

Komunikacija između medija i publike, pogotovo na internetu i društvenim mrežama, povezana je sa proizvodnjom kulturnog identiteta i onim što je ukorijenjeno u određenoj kulturi. Medijski sadržaj zapravo prenosi opšteprihvaćene kulturne obrasce ponašanja, stava, životnog stila, oblačenja, ali i izgleda tijela.

Žensko tijelo oduvijek je bilo u fokusu umjetnosti, pogotovo kod slikara i vajara. Umjetnička interpretacija ženske ljepote mijenjala se kroz vijekove, što upravo možemo vidjeti kroz istoriju umjetnosti – zapažamo da ono što je nekada bilo idealno, danas više nije (Bernadić-Šunjić, 2016).



Slika 1. Vilendorfska Venera, 25.000–20.000 godina p. n. e.

Navedeno predstavlja i Vilendorfska Venera, ženska figura pronađena u Austriji, stara preko 25000 godina, označavajući majčinstvo i plodnost upravo zbog naglašenih oblina golog tijela (Willendorf – Hrvatska enciklopedija, 2013).

Kako se mijenjao izgled tijela i estetika lica najbolje možemo vidjeti kroz istoriju filma, kao medij koji je prvobitno počeo da prikazuje izgled i tijelo muške i ženske osobe. Kroz starije filmove naglašenona je estetika lica, ženska ljepota i crte lica, dok je danas fokus na djelove tijela, na noge, grudi, struk itd. (Skelić, 2017). Možemo vidjeti kroz razne popularne filmove, kao što je serijal Rocky, „Terminator“, „Konan“, da je kod muškaraca naglašena snaga i čvrstina

tijela, odnosno mišićavost (Skelić, 2017). Ove informacije pokazuju nam koliko je jak uticaj medija i kako sve ono što čulom vida doživimo utiče na naše uvjerenje o tome kako izgleda idealno muško i žensko tijelo.

Na biologiju našeg tijela ne možemo da utičemo, to nije naša sudbina već je prirodna stvarnost koja se svrstava u logiku svakog socijalnog stava ili kulturološke ideologije (Martinec, 2013). Martinec (2013) kaže kako je početak 20. vijeka najavio početak imperativa mršavosti, gdje se teži ka vitkosti, što predstavlja zdravlje, samokontrolu i privlačnost, a vidljivo je i u sadašnjem vremenu. Takve odrednice tjelesnog ideala imaju pozivan uticaj u smislu izbjegavanja gojaznosti i raznih zdravstvenih problema zbog prejedanja, zatim u promociji zdravih stilova života i sveukupnom razvoju zadovoljstva i dobrog osjećaja.

Kulturološki stereotipi pretežno su usmjereni na žene, a način na koji su se ti stereotipi mijenjali dovoljno govori o tome kakvo je društvo, npr. kod nas je poželjno da žene ljeti imaju taman ten od sunca, dok se u japanskoj kulturi blijedi ten smatra bogatstvom (Božić, 2014). U većini kultura od žena se očekuje prilagođavanje estetskim standardima te kulture, kao što su mršavost ili debljina, izražene obline ili pokrivanje oblina, do tih mjera da podlegnu raznim operacijama uljepšavanja kao npr. u afričkim zemljama standard za ljepotu jeste istegnuto vrat žena, pa one pribjegavaju klitorektomiji (operaciji istezanja vrata), u Kini je zastupljeno podvezivanje stopala, u većini zemalja prisutan veliki broj plastičnih operacija određenih dijelova tijela (Martinec, 2013). O tome koliko društveni stereotipi imaju jak uticaj govore nam animirani crtani filmovi koji promovišu vitke i mršave princeze i već od dječijeg doba postavljaju se idealni standardi ljepote. To najbolje prikazuje sljedeći citat:

„Pozitivci su lijepi, negativci su ružni.

Princeza je vitka, lijepa i bjelkinja.

Smisao princezinog života je potraga za princom.

Jedino princ princezu može spasiti od zle maćeha.

Zla maćeha je ružna zato što je zla“ (Božić, 2014: 243).

Labaš i Maljković (2013) su analizirajući časopis *Cosmopolitan* i došli do zaključka da „na fotografijama u časopisu *Cosmopolitan* vlada vječna mladost, nijedna žena ne izgleda starije od 30 godina“ (Labaš i Maljković, 2013: 323). Možemo reći da ovo govori o vječitosti ženskoj ljepoti i neprihvatanju prirodnog izgleda starosti. Takođe, analizirajući fotografije u časopisu, došli su do podatka da je na fotografijama „54% žena prikazana kao mršava osoba, na 31%

fotografija žena je prikazana kao visoka, vitka sa naglašenim oblinama“ (Labaš i Maljković, 2013: 325), što nam govori o medijskom promovisanju mršavosti kao standarda ljepote, kao i kulturološkom uticaju društva. Međutim, pretražujući časopise i naslovne strane, primijećen je napredak i razlika u naslovnim stranama od 2011. godine do sada. Na naslovnoj strani časopisa iz 2011. godine prikazana je Kim Kardašijan, medijska ličnost od velikog uticaja i značaja za taj period, sa vitkom figurom ali i sa porukom „Imam celulit, pa šta?“ (slika 2).



Slika 2. Naslovna strana Cosmopolitan časopisa 2011. godine.

Dok zadnjih godina možemo primjetiti promjene nabolje, tako što na naslovim stranama vidimo tijelo krupnijih žena i na taj način se šire standardi i okviri našeg društva.



Slika 3. Naslovna strana časopisa Cosmopolitan 2018 god.



Slika 4. Naslovna strana časopisa Cosmopolitan 2022. god.

Karla Gustava Jung kaže da „ljudi jednostavno ne mogu podnijeti previše stvarnosti“ (Vertovšek, 2013: 297), što može biti razlog podlijevanju idealu ili iluziji ljepote, odnosno predrasudama i stereotipima o poželjnom izgledu, koje je čovjek stvorio u zajednici i sa individualnostima drugih ljudi (Vertovšek, 2013). Zato možemo reći da je tijelo ukorijenjeno određenom kulturom i da ideal ljepote, nesvjesno, zavisi od kulture u kojoj smo rođeni i u kojoj živimo.

2. Metodološki dio istraživanja

Istraživački dio našeg rada obuhvata istraživanje koje je sprovedeno u dvije osnovne škole u Nikšiću.

2.1. Problem i predmet istraživanja

Adolescenti nijesu svjesni koliki uticaj mediji imaju na njih. Društveni mediji i način na koji se koriste, pozitivno ili negativno mogu uticati. Kod mladih ljudi koji se nalaze u procesu izgradnje identiteta, zbog prekomjerne upotrebe medija, može se javiti manjak samopouzdanja i negativno formirana slika o svom tijelu zbog svakodnevne izloženosti raznom sadržaju.

Standardi ljepote koji su predstavljeni na društvenim mrežama su nerealni i nedostižni ljudima u stvarnom svijetu. Dakle, postoji neposredan uticaj medija preko procesa socijalne komparacije, promovisanja ideala mršavosti, ali i direktno nudeći eksplicitne savjete za postizanje idealne težine i izgleda koji je društveno prihvatljiv (Krstić, 2008).

Slika o sebi i svom tijelu nam je od velike važnosti za dalju budućnost i funkcionisanje kroz život. Važno je da imamo pozitivnu i realnu sliku o sebi kako bismo se lakše nosili sa raznim sociokulturnim stavovima i stereotipima.

Problem našeg istraživanja predstavljaju mediji, odnosno društvene mreže i svi korisnici društvenih mreža, kao faktori koji utiču na stvaranje slike o svom tijelu i shvatanje svog tijela u periodu adolescencije.

Predmet našeg istraživanja jesu adolescenti i mediji, odnosno društvene mreže i njihov uticaj na formiranje slike o sebi, kao i shvatanje i zadovoljstvo sopstvenim tijelom u periodu adolescencije.

2.2. Cilj i zadaci istraživanja

Svako od nas ima doživljaje o samom sebi, svijest, ideje, osjećaje, vrijednosti, koji se razlikuju od onoga kako nas drugi doživljavaju i predstavljaju nam važnost u svakodnevnom životu (Lebedina-Manzoni i Lotar, 2011b). S obzirom na to da živimo u vremenu u kojem se sve više podiže svijest o tome koliko naša unutrašnjost, tačnije psiha, utiče na naš izgled i ponašanje, možemo reći da slika koju pojedinac ima o sebi se može svakodnevno vidjeti kroz njegov stav i ponašanje, kroz ono što pojedinac radi, kako se ponaša prema sebi i drugima, kako se predstavlja, ali i kako izgleda (Marinac, 2021). U periodu adolescencije slika o sebi, slika o tijelu, fizičkom izgledu i sama privlačnost osobe, zauzimaju veliku ulogu u procesu izgradnje identiteta i

samopouzdanja osobe. Riječ je o periodu gdje dolazi do značajnih fizičkih promjena i na to kako adolescent opaža samog sebe. Uticaj medija u svemu tome može biti i namjeran, kroz sadržaj reklama koji je osmišljen tako da privuče pažnju mladih ljudi i da utiče na formiranje njihovog stava prema tijelu. Pored toga može biti i nenamjeran, tako što drugi korisnici društvenih mreža, svojim objavama, fotografijama (koje su često uljepšane raznim efektima i filterima) i komentarima nesvjesno mijenjaju stav i ponašanje drugih osoba koje nijesu emocionalno stabilne i nemaju još izgrađeno pozitivno samopoštovanje i samopouzdanje. Ovakve situacije mogu izazvati ozbiljne posljedice kao što su anksioznost i depresivnost. Tijelo je nemoguće posmatrati izvan okruženja u kojem se ljudi nalaze i ideologije koju je društvo postavilo (Kiš i Bujan, 2008). S obzirom na to da se tehnologija brzo mijenja, i da mladi bukvalno odrastaju uz medije i razne neprihvatljive i nerealne sadržaje, javila se, prije svega, lična potreba, za istraživanjem u kojem će se uvidjeti procenat prisustva ovakvog uticaja na mlade ljude u okruženju.

Cilj našeg istraživanja je utvrditi da li mediji utiču na formiranje slike o sebi i shvatanju/prihvatanju sopstvenog tijela kod adolescenata, kao i da li su mladi zadovoljni sopstvenim izgledom i kakav je odnos između tijela i sebe.

Zadaci istraživanja koji proizlaze iz ovako postavljenog cilja i kojima se cilj konkretizuje su:

- utvrditi da li mediji utiču na razvijanje samopoštovanja i slike o sebi kod adolescenata;
- utvrditi da li adolescenti upoređuju sopstveni izgled sa izgledom drugih ljudi na društvenim mrežama;
- utvrditi da li postoji statistička značajna razlika među polovima u domenu medijskog uticaja na zadovoljstvo sopstvenim tijelom u adolescenciji;
- utvrditi da li djevojke više koriste efekte ili program za sređivanje fotografija za lične profile na društvenim mrežama.

2.3. Naučno-istraživačke hipoteze

Imajući u vidu prethodno definisan problem, predmet, cilj i istraživačke zadatke, te rezultate do kojih su došli istraživači koji su se ranije bavili ovom problematikom, u ovom slučaju opravdano je postaviti sljedeće hipoteze:

Glavna hipoteza:

Pretpostavlja se da mediji imaju značajan uticaj na stvaranje slike o sebi i sopstvenom tijelu u periodu adolescencije.

Kako bi se glavna hipoteza razradila, konkretizuje se na sljedeće **sporedne hipoteze**:

Hipoteza 1:

Pretpostavlja se da visoko samopoštovanje adolescenata doprinosi pozitivnom uticaju medija na stvaranje pozitivne slike o sebi i svom tijelu.

Hipoteza 2:

Pretpostavlja se da adolescenti koji upoređuju sopstveni izgled sa izgledom drugih ljudi na društvenim mrežama imaju pozitivnu sliku o sebi i svom tijelu.

Hipoteza 3:

Pretpostavlja se da postoje statistički značajne razlike u polovima kada je riječ o uticaju medija na zadovoljstvo sopstvenim tijelom.

Hipoteza 4:

Pretpostavlja se da djevojke više koriste efekte ili program za sređivanje fotografija za lične profile na društvenim mrežama.

2.4. Značaj i karakter istraživanja

S obzirom na karakter, ovo istraživanje pripada grupi primijenjenih (operativnih) istraživanja, a budući da se organizuje na relativno malom uzorku ono pripada malim (mikro) istraživanjima. Takođe, zbog vremena koje je predviđeno za naučno-istraživački proces, pripada transverzalnom istraživanju.

Istraživanje ima za cilj da utvrdi kakav je uticaj medija na shvatanje/prihvatanje sopstvenog tijela i stvaranje slike o sebi u adolescenciji i da na temelju tako dobijenih rezultata pruži uvidu podatke o tome u kojoj mjeri su adolescenti zadovoljni sobom i svojim tijelom.

Rezultati ovog istraživanja i podaci doprinijeće rasvjetljavanju uticaja medija i pomoći će mladima da grade pozitivnu sliku o sebi i svom tijelu bez obzira na sadržaj koji se objavljuje na društvenim mrežama. Pored toga, rezultati istraživanja mogu poslužiti kao smjernica za dalje naučne radove i istraživanja.

2.5. Metodološki pristup

S obzirom na problem proučavanja, u okviru ovog istraživanja zastupljena su tri naučno-istraživačka pristupa, i to:

- racionalno-deduktivni,
- empirijsko-induktivni i

- matematičko-statistički.

U teorijskom dijelu dominiraće racionalno-deduktivni pristup, gdje se uz pomoć odabrane literature, tj. naučnih izvora, izdvajaju najvažniji djelovi vezani za problem istraživanja naučno-istraživačkog projekta, a empirijsko-induktivni pristup u djelu neposredne primjene instrumenata i prikupljanja podataka. U fazi obrade dobijenih rezultata akcenat će biti na matematičko-statističkom pristupu. Tokom analize, diskusije dobijenih rezultata i izvođenja zaključaka zakonomjerno će se smjenjivati i komplementarno dopunjavati sva tri, prethodno navedena, naučno-istraživačka pristupa.

2.6. Analiza dosadašnjih istraživanja

Vršnjaci igraju važnu ulogu u stvaranju smisla za medijske slike i poruke i pružaju sami ciljeve poređenja. Pokazalo se da su poređenja sa vršnjacima i medijima blisko isprepleteni i da, iako adolescenti osporavaju, postoji neka idealizovana slika tijela, ipak smatraju da drugi gledaju određene norme i da će im se po tim normama suditi, što indirektno dokazuje da im je bitno kako će ih drugi tumačiti na osnovu fizičkog izgleda (Kramer et al., 2008).

Takođe, imamo podatak da je veća preokupacija samoprezentacijom na društvenim mrežama kod mladića, nego kod djevojaka, iz razloga što djevojke dobijaju veći nivo podrške i pohvale za svoj fizički izgled od mladića (Zimmer-Gembeck et al., 2021).

U sljedećem istraživanju cilj je bio utvrditi da li mediji utiču na percepciju slike tijela kod djevojaka i mladića u adolescenciji, i da li postoje rodne razlike u tome. Rezultati su pokazali da „djevojke u većoj mjeri nego mladići doživljavaju utjecaj medija na mršavljenje, dok mladići više nego djevojke doživljavaju utjecaj medija na dobivanje na tjelesnoj težini i povećanje mišićavosti“ (Erceg-Jugović i Kuterovac-Jagodić, 2016: 154).

Naredno istraživanje (Cwynar-Horta, 2016) predstavlja praćenje glavnih trendova i poređenja i tiče se postavljenih ideala tijela na društvenim mrežama. Marketinški stručnjaci prate ponašanje svojih korisnika na društvenim mrežama i vrijeme kada je najviše korisnika dostupno i tada postavljaju svoje brendove i savjete za postizanje idealnog tjelesnog izgleda, te na taj način utiču na svoje korisnike. S obzirom na to da je zapaženo da ovakvo ponašanje na društvenim mrežama utiče na same korisnike, razne korporacije plaćaju zagovornicima da promovišu i podržavaju proizvode koji se tiču dobrog fizičkog izgleda kroz svoje slike (Cwynar-Horta, 2016). Pokazalo se da je najčešće korišćena oznaka na engleskom „plus size“ sa 3671560 označenih objava žena koje se ponosno grle, njihova tijela čine ih vidljivim i na taj način promovišu pokret

pozitivnog tijela, gdje se promovirše samoprihvatanje (Cwynar-Horta, 2016). Takođe, pokazuju da su se pojavile kompanije za odjeću velikih dimenzija koje krupnijim ženama obezbjeđuju odjeću neophodnu za svakodnevni život, i to promovirše na društvenim mrežama, što predstavlja korisnu informaciju za naš rad u pogledu pozitivnog uticaja medijskih objava.

Sljedeći rad detaljno opisuje razvoj nove slikovne skale („Skala nezadovoljstva telom“ – Body Dissatisfaction Scale) koja će se koristiti u mjerenju nezadovoljstva tijelom. Slika (vaga) se sastoji od devet ženskih i devet muških oblika kompjuterski generisanih tijela koja sukcesivno povećavaju tjelesnu težinu. Rezultati su pokazali da su muškarci zabrinuti za svoju tjelesnu težinu i da je poželjan oblik građe mišićav i da polovina njih želi da izgubi težinu (Mutale, Dunn, Stiller & Larkin, 2016). Zbog toga možemo reći da je tjelesna težina i dalje važna komponenta kada je riječ o nezadovoljstvu sopstvenim tijelom kod muškaraca. Dok su rezultati pokazali da su prosječne učesnice bile u stanju da pravilno identifikuju najtanje tijelo (97.63%) kao najidealnije. Ovaj podatak nas može usmjeriti na posljedice koje ovakvo razmišljanje može da izazove, a to su anksioznost i depresija zbog nemogućnosti ostvarenja ovakve „idealne“ težine, ali i probleme u hranjenju.

U narednom ispitivanju, koje se bavilo samopoštovanjem adolescenata, bilo je uključeno 225 učenika srednje škole, a od tehnika primijenjene su Skala straha od negativne evaluacije i Rosenbergova skala opšteg samopoštovanja (Radovanović i Glavak, 2003). Rezultati su pokazali da adolescenti najpozitivnije ocjenjuju svoju inteligenciju kao nešto što je značajno kod vršnjaka, dok od vršnjaka dobijaju najniže ocjene za fizički izgled.

Sljedeće istraživanje je za cilj imalo da ispita da li postoje razlike u tjelesnom samopoimanju adolescenata s obzirom na pol u različitim državama (Srbija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina) kao i da li se ispitanici bave sportom ili ne. Rezultati istraživanja na cjelokupnom uzorku pokazuju da postoje statistički značajne razlike u tjelesnom samopoimanju adolescenata s obzirom na pol u različitim državama, kao i da ispitanici iz Hrvatske procjenjuju svoj izgled kao najlošiji (muški pol), doživljavaju se kao manje zdravi, manje sportski kompetentni i manje tjelesno aktivni (Kević, 2021). Takođe, rezultati su pokazali i nisko ili neutralno tjelesno samopoimanje za ženski pol kod ispitanica iz Hrvatske. Sljedeći rezultat pokazao je da je „tjelesno samopoimanje nesportaša lošije od tjelesnog samopoimanja sportaša“ (Kević, 2021: 85), što ukazuje na važnost bavljenja sportom u formiranju pozitivnog tjelesnog samopoimanja.

Naredno istraživanje je za cilj imalo da ispita povezanost pojma o sebi adolescenata, ali i njihove predstave o tome kako ih opažaju i doživljavaju za njih značajne osobe, kao što su vršnjaci, roditelji. Ovom problematikom bavila se Krstić (2008) tako što je ispitala dva uzrasta, i to na početku adolescentnog perioda, na uzrastu 12–13 godina i tokom srednje adolescencije, uzrast 16–17 godina. Kada je riječ o mlađem uzrastu, došlo se do zaključka da predstave adolescenata o tome kako ih vide roditelji i kako ih vide prijatelji imaju podjednak uticaj na pojam o sebi, dok kod starijeg uzrasta veći uticaj na formiranje slike o sebi imaju vršnjaci nego roditelji. Do ovih zaključaka došlo se na osnovu pet dimenzija koje su ispitanici tokom ispitivanja izdvojili, a to su: prosocijalna orijentacija, društvenost i prihvaćenost u društvu, karakter, individualizam i ambicioznost, nezgodna narav i djetinjast/zreo (Krstić, 2008).

Rezultati istraživanja (Imširović i Vardo, 2019) su pokazali da „...postoji razlika u percepciji samopoimanja koja se doživljava u realnosti od one koju su ispitanici doživjeli online testiranjem, ali je ta razlika potvrđena za sljedeće faktore koji određuju samopoimanje: emotivni self, socijalni self i kognitivni self“ (Imširović i Vardo, 2019: 283). Ovaj rezultat nam zapravo govori o činjenici koja je značajna za dalje istraživanje, a to je da se adolescenti koji su korisnici društvenih mreža, drugačije predstavljaju online nego kakvi su zapravo u stvarnosti.

Kada je riječ o povezanosti nivoa samopoštovanja i slike o sebi, razmatrali smo istraživanje koje su obavili Hil i Denman (2016) i koje ima izuzetno mali broj uzoraka. Riječ o četiri djevojčice uzrasta od 16 do 18 godina koje su dobile za upitnik Rozenbergovu skalu samopoštovanja (Hill & Denman, 2016). Izabrali smo ove podatke jer smo dobili drugačije i detaljnije podatke od sadašnjih zbog toga što su istraživači imali kompletan uvid u Instagram profile djevojaka kao i njihove biografije, tako da su se pratile objave na društvenoj mreži Instagram i upoređivale sa Rozenbergovom skalom samopoštovanja. Rezultati skale samopoštovanja pokazali su da dvije osobe imaju visoko samopoštovanje, jedna srednje i jedna nisko. Prva osoba je imala visoko samopoštovanje i najviše objavljenih fotografija, gdje su većinučinile grupne fotografije. Druga osoba koja je, takođe, pokazala da ima visoko samopoštovanje, imala je veliki broj fotografija od kojih su mnoge provokativne. Treća osoba je imala srednje samopoštovanje i pretežno provokativne fotografije. Na kraju, četvrta osoba, koja je pokazala da ima nisko samopoštovanje, imala je najmanje objava i uglavnom razigrane fotografije. Hil i Denman (2016) su na osnovu ovih podataka došle do zaključka da ljudi izbjegavaju otkrivanje određenih informacija zbog straha od odbijanja ili stvaranja negativnog

utiska, a to kontrolišu objavljivanjem određenog sadržaja na svojim profilima. Dosta se razmišlja o tome koja će fotografija biti objavljena za javnost, tako npr. imamo provokativne fotografije kojima korisnik bira da bude viđen seksualno, odnosno fizički privlačno, lijepo i drugima prihvatljivo.

2.7. Populacija i uzorak

Populaciju u našem istraživanju čine učenici srednjih škola u Nikšiću. Istraživanje smo sprovedi na uzorku od ukupno 86 učenika ispitanika, na uzrastu od 15 do 18 godina, iz dvije srednje škole u Nikšiću: JU Gimnazija „Stojan Cerović“ i JU Prva srednja stručna škola. Analiziranje socijalnih profila ispitanika izvršeno na uzorku od 15 ispitanika, uzrasta od 15 do 18 godina, iz srednjih škola u Nikšiću.

Prije početka istraživanja obezbijedene su saglasnosti nadležnih institucija, Ministarstva prosvjete, nauke i inovacija, Zavoda za školstvo, kao i samih škola u kojima se nalaze ispitanici.

Za navedeni uzorak odlučili zbog smo se materijalno-tehničkih, vremenskih i prostornih ograničenja.

Naučno-istraživački uzorak sačinjavaju:

Redni broj	Škola	Muško	Žensko	Ukupno
1.	JU Gimnazija „Stojan Cerović“	10	29	39
2.	JU Prva srednja stručna škola	13	34	47
UKUPNO		23	63	86

2.8. Metode, tehnike i instrumenti

Polazeći od sadržaja i suštine odabranog problema, predmeta, cilja i zadataka, u ovom istraživanju koristili smo deskriptivnu naučno-istraživačku metodu. Ova metoda predstavlja postupak istraživanja sa fokusom na opisivanju procesa i pojava (Trumić, 2019). Dakle, u teorijskom dijelu dominira racionalno-deduktivni pristup, a u dijelu neposredne primjene instrumenata i prikupljanja podataka empirijsko-induktivni pristup.

U fazi obrade dobijenih rezultata akcenat je na matematičko-statističkom pristupu, s tim da se tokom izvođenja zaključaka zakonomjerno smjenjuju i komplementarno dopunjavaju sva tri naučno-istraživačka pristupa. Uz pomoć ovih metoda utvrdili smo kakav je uticaj medija na zadovoljstvo sopstvenim tijelom kod adolescenata.

Na početku smo pristupili anketiranju koje je izvedeno putem onlajn istraživačkog instrumenta anketa, koja je posebno konstruisana za potrebe ovog istraživanja. Prilikom konstruisanja ankete korišćene su sljedeće skale:

- Rozenbergova skala za testiranje samopoštovanja (Rosenberg, 1965),
- Skala poštovanja i zadovoljstva tijelom za adolescente i odrasle (Mendelson, 2001),
- kao i skala konstruisana za potrebe dobijanja podataka o upoređivanju sa drugima i opšti upitnik za prikupljanje podataka o polu i starosti ispitanika.

Bitno je napomenuti da se anketiranje odvija anonimno kako bi ispitanici bili realniji i iskreniji, s obzirom na osjetljivost teme.

Pored anketiranja izvršili smo i analiziranje socijalnih profila ispitanika. Riječ je o analizi profila društvenih mreža manjeg broja ispitanika, čime odgovaramo na postavljene hipoteze. Za analiziranje socijalnih profila koristili smo deskriptivnu metodu i posmatranje. Na taj način uvidjeli smo kakvo je predstavljanje ispitanika na društvenim mrežama, s obzirom na to koliki je njihov nivo samopoštovanja.

2.9. Organizacija i tok

Neposrednoj izradi projekta prethodilo je niz aktivnosti: pronalaženje i proučavanje dostupne literature, definisanje problema i predmeta istraživanja, te cilja i istraživačkih zadataka.

Nakon rješavanja tih pitanja posvetili smo se izradi anketnog upitnika i dodatnom analiziranju mogućih propusta.

Tako, uzimajući u obzir sve faze rada, pristupili smo praktičnom dijelu naučno-istraživačkog rada, odnosno kontaktiranju ustanova oko dogovora istraživanja koje se planira sprovesti, odabiru uzorka i vremena koje se planira izdvojiti za realizaciju.

S obzirom na to da je predmet istraživanja osjetljiv, anketni upitnik je anoniman, a sve sa ciljem dobijanja što iskrenijih odgovora.

Nakon toga pristupilo se tabeliranju, sređivanju, statističkoj obradi, te interpretaciji i diskusiji dobijenih rezultata.

3. Prikaz rezultata istraživanja

Obradu podataka vršili smo kroz statistički softver SPSS. U nastavku rada opisan je uzorak ispitanika u odnosu na socio-demografske varijable. U tabeli 1 je predstavljen uzorak ispitanika u odnosu na polne razlike.

Tabela 1. Distribucija uzorka u odnosu na pol ispitanika

Varijable		Frekvencije	Procenti (%)
Pol	Muški	23	26.74
	Ženski	63	73.26

Ono što se može primijetiti analizom tabele 1, jeste da dominira ženski pol, kojem pripada 63 od 86 ispitanika, što je 73.86% uzorka. Muškaraca je, dakle, 23, pa njima pripada 26.74% ispitane populacije.

U nastavku teksta, u tabeli 2, na identičan način prikazana je distribucija uzorka u odnosu na starost ispitanika.

Tabela 2. Distribucija uzorka u odnosu na starost ispitanika

Varijable		Frekvencije	Procenti (%)
Starost	15	2	2.35
	16	10	11.76
	17	33	38.82
	18	35	41.18
	19	5	5.89

U odnosu na godine ispitanika, jako mali dio uzorka otpada na 15-godišnjake i 19-godišnjake (petnaestogodišnjaka je dvoje, što čini 2.35% uzorka, a devetnaestogodišnjaka je pet ili 5.89%). Najbrojniji su 18-godišnjaci, a njih je 35, što čini 41.18% ispitane populacije. Nešto manje ima 17-godišnjaka (njih 33, što je 38.82% uzorka), a značajno manje 16-godišnjaka (njih 10 ili 11.76% u odnosu na ispitanu populaciju).

Samopoštovanje i zadovoljstvo vlastitim tijelom

U nastavku teksta slijedi prikaz koeficijenata pouzdanosti na skalama samopoštovanja i zadovoljstva vlastitim tijelom.

Tabela 3. Alfa-Kronbah koeficijent pouzdanosti na skalama kontinuiranih varijabli

Naziv skale	Alfa-Kronbah koeficijent	N (broj ajtema)
Skala samopoštovanja	.540	10
Skala zadovoljstva tijelom	.711	23

Tabela 3 jasno ukazuje da skale samopoštovanja i zadovoljstva vlastitim tijelom koje pripadaju mjernom instrumentu imaju zadovoljavajući nivo pouzdanosti. Konkretno, kada je u pitanju skala samopoštovanja, Alfa Kronbah koeficijent pouzdanosti iznosi .540, što je umjereno visok nivo posmatranog parametra. Još veći nivo datog parametra prisutan je na skali zadovoljstva vlastitim tijelom, sa dobijenom vrijednošću od .711. Dakle, podaci dobijeni ovim mjernim instrumentom mogu se smatrati pouzdanim.

U nastavku teksta, analizirali smo vrijednost Kolmogorov-Smirnov testa na istim skalama, kako bismo provjerili da li distribucija skorova na njima odgovara normalnoj distribuciji skorova, a sve kako bi odabrali odgovarajuće postupke za statističku obradu podataka, iz domena parametrijske ili neparametrijske statistike.

Tabela 4. Kolmogorov-Smirnov test na skalama kontinuiranih varijabli

Naziv skale	Kolmogorov-Smirnov test	P
Skala samopoštovanja	.092	.072
Skala zadovoljstva tijelom	.116	.006

Kada je u pitanju skala samopoštovanja, Kolmogorov-Smirnov test iznosi .092, sa nivoom značajnosti od .072, što znači da distribucija skorova na pomenutoj skali ne odstupa značajno od normalne krive, pa bi korelaciona i komparativna analiza u odnosu na ovu skalu pripadala domenu parametrijske statistike. Konkretno, to znači da se koriste postupci poput Pirsonovog koeficijenta korelacije (kada status nezavisne varijable pripada kontinuiranoj varijabli), T testa

(kada status nezavisne varijable pripada dvokategorijalnoj varijabli) i F testa (kada status nezavisne varijable pripada).

Sa druge strane, na skali zadovoljstva tijelom, Kolmogorov-Smirnov test iznosi .116, sa nivoom značajnosti od .006, što znači da skorovi odstupaju značajno od normalne krive i impliciraju upotrebu neparametrijske statistike u procesu obrade podataka. To znači da se koriste postupci poput Spirmanovog koeficijenta korelacije (kada status nezavisne varijable pripada kontinuiranoj varijabli), Men-Vitnjevog U (kada status nezavisne varijable pripada dvokategorijalnoj varijabli) i Kraskal-Volis Hi kvadrat testa (kada status nezavisne varijable pripada).

U ovom poglavlju, predstavili smo najvažnije rezultate iz cjelokupnog istraživačkog procesa. Na samom početku analize slijedi prikaz deskriptivne statistike na skalama samopoštovanja i zadovoljstva tijelom, uz ajtem analizu (prikaz distribucije odgovora na svim pitanjima koja sačinjavaju datu skalu), da bi se potom bavili odgovorom na prethodno postavljene hipoteze. U tabeli 5, biće analizirana skala samopoštovanja.

Tabela 5. Deskriptivna statistika na skali samopoštovanja

N – broj ispitanika u uzorku	86
Min –minimalna suma skorova	.00
Maks –maksimalna suma skorova	42.00
AS sume –srednja vrijednost sume skorova	26.48
AS stavke – srednja vrijednost jednog odgovora	2.648
STD – standardna devijacija	7.307
Skjunis	-.858
Kurtozis	1.751

Kada je u pitanju skala samopoštovanja, minimalna i maksimalna suma skorova iznosi 0 i 42, što znači da su na ovom uzorku prisutni pojedinci sa izuzetno niskim i izuzetno visokim samopoštovanjem. Srednja vrijednost sume skorova iznosi 2.64, što je umjereno visok nivo kontinuirane varijable, ako uzmemo u obzir da su se odgovori kretali u rasponu od 0 do 4. Skjuis je vrijednosti-.858, a kurtozis 1.751, što znači da se podaci na ovoj skali grupišu udesno, ka višim skorovima u leptokurtičnom obliku.

Nakon prikaza deskriptivne statistike na skali samopoštovanja slijedi ajtem analiza, tj. prikaz distribucije odgovora na svako pitanje koje sačinjava datu skalu. Analiza će biti predstavljena u tabeli 7, pri čemu kolona 1 označava odgovor potpuno netačno, kolona 2 – uglavnom netačno, kolona 3 – ni tačno ni netačno, kolona 4 – uglavnom tačno, a kolona 5 – potpuno tačno.

Tabela 6. Ajtem analiza na skali samopoštovanja

Stavke	1	2	3	4	5
1.Zadovoljan/na sam samim sobom.	6 (6.98%)	5 (5.81%)	15 (17.44%)	26 (30.23%)	34 (39.53%)
2. Povremeno mislim da ništa ne valjam.	26 (30.23%)	17 (19.77%)	10 (11.63%)	11 (12.79%)	22 (25.58%)
3. Osjećam da imam poprilično dobrih osobina.	7 (8.14%)	4 (4.65%)	10 (11.63%)	23 (26.74%)	42 (48.84%)
4. U stanju sam obavljati zadatke jednako dobro kao većina drugih ljudi.	4 (4.65%)	7 (8.14%)	11 (12.79%)	23 (26.74%)	41 (47.67%)
5. Osjećam da nema puno toga čime se mogu ponositi.	35 (40.70%)	4 (4.65%)	15 (17.44%)	15 (17.44%)	17 (19.77%)
6. Zaista se ponekad osjećam beskorisno.	36 (41.86%)	10 (11.63%)	9 (10.46%)	14 (16.28%)	17 (19.77%)
7. Osjećam da vrijedim barem jednako kao i ostali ljudi.	7 (8.14%)	10 (11.63%)	16 (18.60%)	18 (20.93%)	35 (40.70%)
8. Volio/voljela bih da mogu sebe više poštovati.	20 (23.26%)	16 (18.60%)	24 (27.91%)	14 (16.28%)	12 (13.95%)
9. Sve u svemu sklon/a sam o sebi misliti kao o gubitniku.	40 (46.51%)	7 (8.14%)	7 (8.14%)	13 (15.11%)	19 (22.09%)
10. Prema sebi zauzimam pozitivan stav.	7 (8.14%)	7 (8.14%)	22 (25.58%)	19 (22.09%)	31 (36.04%)

Tabela 6 može još detaljnije potkrijepiti sve ono što je navedeno u prethodno prikazanoj tabeli. Zapaženo je da na svim postavljenim pitanjima postoji određen broj ispitanika koji ispoljavaju dominantno negativan stav prema sebi, uz značajan broj koji imaju neutralan stav prema sebi. Na prvo pitanje, koje jako dobro reprezentuje cijelu skalu, 6.98% uzorka je potpuno nezadovoljno sobom, 5.81% djelimično, a 17.44% ima neutralan stav, što predstavlja skoro trećinu ispitane populacije.

Kada se ispituju povremene sumnje u vlastitu bezvrijednost, četvrtina uzorka iskazuje potpunu saglasnost sa takvom konstatacijom, uz 12.79% koji imaju djelimičnu saglasnost i 11.63% koji imaju neutralan stav. To znači da značajan dio uzorka ima povremene sumnje u sebe. Važan podatak je i to da je preko 70% ispitane populacije procijenilo da je u stanju obavljati zadatke kao i svi drugi ljudi.

Blizu 20% ispitane populacije potpuno je saglasno sa tvrdnjom da se nema čime puno ponositi, dok je 17.44% djelimično saglasno sa tom tvrdnjom. Takođe, preko 35% uzorka se u manjoj ili većoj mjeri može usaglasiti sa tvrdnjom da se povremeno osjeća beskorisno, dok preko 60% uzorka, u manjoj ili većoj mjeri smatra da vrijedi barem jednako kao i drugi ljudi. Oko 37% ispitane populacije o sebi razmišlja kao o gubitniku, dok nešto malo manje od trećine uzorka bi voljelo da može sebe malo više poštovati.

U nastavku teksta, u tabeli 7, prikazana je deskriptivna statistika na drugoj skali koja predstavlja kontinuiranu varijablu, a to je skala zadovoljstva vlastitim tijelom.

Tabela 7. Deskriptivna statistika na skali zadovoljstva vlastitim tijelom

N – broj ispitanika u uzorku	86
Min –minimalna suma skorova	.00
Maks –maksimalna suma skorova	76
AS sume –srednja vrijednost sume skorova	51.63
AS stavke –srednja vrijednost jednog odgovora	2.24
STD – standardna devijacija	12.941
Skjunis	-1.427
Kurtozis	4.432

Što se tiče skale zadovoljstva vlastitim tijelom, ponovo je prisutan epilog izuzetno širokog raspona, s obzirom na to da minimalna i maksimalna suma skorova iznose 0 i 76. Srednja vrijednost sume skorova je 51.23, a jednog odgovora 2.24, što je ponovo umjereno visok skor, ukoliko se zna da je maksimalna vrijednost 4. Kada se porede samopoštovanje i zadovoljstvo svojim tijelom, zapaženo je da je zadovoljstvo tijelom u prosjeku zastupljeno na nešto manjem nivou. Skjunis i kurtosis iznose -1.427 i 4.432, što je znak, ovoga puta izražene leptokurtične distribucije pomjerene ka desnoj strani kontinuuma.

U nastavku teksta prikazana je ajtem analiza na skali zadovoljstva vlastitim tijelom.

Tabela 8. Ajtem analiza na skali zadovoljstva vlastitim tijelom

Stavke	1	2	3	4	5
1. Volim kako izgledam na slikama.	8 (9.30%)	14 (16.28%)	20 (23.26%)	29 (33.72%)	15 (17.44%)
2. Drugi ljudi smatraju da dobro izgledam.	4 (4.65%)	9 (10.46%)	11 (12.79%)	32 (32.21%)	30 (34.88%)
3. Ponosan/a sam na svoje tijelo.	8 (9.30%)	13 (15.12%)	19 (22.09%)	18 (20.93%)	28 (32.56%)
4. Preokupiran/a sam trudom da promijenim svoju tjelesnu kilažu.	24 (27.91%)	7 (8.14%)	16 (18.60%)	21 (24.42%)	18 (20.93%)
5. Smatram da mi fizički izgled može pomoći da lakše dođem do posla.	29 (33.72%)	23 (26.74%)	21 (24.41%)	9 (10.46%)	4 (4.65%)
6. Sviđa mi se kako izgledam kada se pogledam u ogledalu.	5 (5.81%)	13 (15.12%)	14 (16.28%)	23 (26.74%)	31 (36.04%)
7. Postoji mnogo stvari koje bih promijenio/la na svom izgledu da mogu.	23 (26.74%)	10 (11.62%)	15 (17.44%)	19 (22.09%)	19 (22.09%)
8. Zadovoljan/na sam svojom tjelesnom kilažom.	10 (11.62%)	14 (16.28%)	18 (20.93%)	15 (17.44%)	29 (22.72%)
9. Volio/voljela bih da izgledam bolje.	18 (20.93%)	24 (27.91%)	13 (15.12%)	20 (23.26%)	11 (12.79%)

11.	Sviđa mi se moja tjelesna težina.	10 (11.62%)	13 (15.12%)	16 (18.60%)	18 (20.93%)	29 (33.72%)
12.	Volio/voljela bih da izgledam kao neko drugi.	38 (44.18%)	10 (11.62%)	9 (10.46%)	13 (15.12%)	16 (18.60%)
13.	.Mojim vršnjacima se sviđa moj izgled.	7 (8.13%)	7 (8.13%)	23 (26.74%)	28 (32.55%)	21 (24.41%)
14.	Moj izgled me strašno uzrujava.	43 (50%)	14 (16.27%)	19 (22.09%)	5 (5.81%)	5 (5.81%)
15.	Izgledam lijepo kao i većina ljudi.	5 (5.81%)	9 (10.46%)	21 (24.41%)	17 (19.76%)	34 (39.53%)
16.	Prilično sam srećan/na zbog načina na koji izgledam.	5 (5.81%)	15 (17.44%)	13 (15.11%)	23 (26.74%)	30 (34.88%)
17.	Osjećam da imam odgovarajuću težinu za svoju visinu.	11 (12.79%)	14 (16.27%)	14 (16.27%)	14 (16.27%)	33 (38.37%)
18.	Sramim se svog fizičkog izgleda.	55 (63.95%)	5 (5.81%)	5 (5.81%)	10 (11.62%)	11 (12.79%)
19.	Vaganje me strašno deprimira.	51 (59.30%)	6 (6.97%)	4 (4.65%)	18 (20.93%)	7 (8.13%)
20.	Moja težina me čini nesrećnim/om.	51 (59.30%)	5 (5.81%)	5 (5.81%)	16 (18.60%)	9 (10.46%)
21.	Izgled mi pomaže da imam ljubavne sastanke.	40 (46.51%)	16 (18.60%)	15 (17.44%)	5 (5.81%)	10 (11.61%)
22.	Brinem o tome kako izgledam.	11 (12.79%)	28 (32.55%)	15 (17.44%)	20 (23.25%)	12 (13.95%)
23.	Mislim da imam dobro tijelo.	9 (10.46%)	13 (15.11%)	15 (17.44%)	20 (23.25%)	29 (33.72%)
24.	Izgledam lijepo koliko bih želio/la.	14 (16.27%)	13 (15.11%)	15 (17.44%)	22 (25.58%)	22 (25.58%)

Prethodno prikazana tabela podrobnije analizira već ranije pomenut, umjereno pozitivni stav koji mladi ljudi adolescentske dobi imaju u odnosu na koncept vlastitog tijela. U nastavku teksta će biti razmotreno pitanje po pitanje, uglavnom kroz komentar i navođenje pozitivnih odgovora (sabrani procenti iz kolona 4 i 5) u svakoj tvrdnji.

Prvo pitanje na datoj skali vrlo plastično opisuje varijablu, uzimajući u obzir da se odnosi na to da li se mladim ljudima dopada kako izgledaju na fotografijama. U manjoj ili većoj mjeri, preko 50% ispitanika iskazuje pozitivan stav prema svom fizičkom izgledu na fotografijama. Nešto veći nivo pozitivne evaluacije prisutan je kada je u pitanju percepcija drugih ljudi, s obzirom na to da je oko 66% ispitanika izjavilo da drugi ljudi misle kako oni dobro izgledaju. Još jedna važan istraživački podatak kaže da je nešto iznad 54% ispitanice populacije, u manjoj ili većoj mjeri ponosno na svoje tijelo.

Ono što se da zaključiti pregledom prethodno prikazane tabele, jeste to da je najmanje zadovoljstva prisutno kada je u pitanju tjelesna težina. Tako je oko 45% ispitanika, u manjoj ili većoj mjeri preokupirano promjenom svoje tjelesne težine. Na pitanje sličnog tipa, konkretno o tome koliko su ispitanici zadovoljni svojom kilažom, svega 40% je istaklo da jeste zadovoljno, što potvrđuje da je kilaža najosjetljivija tačka u cjelokupnom konceptu slike o sebi, kod mladih ljudi adolescentne dobi.

Oko 55% ispitanika smatra da ima odgovarajuću kilažu za svoj uzrast. Nešto manje od trećine uzorka, tačnije 29%, izjavilo je da ih sam čin vaganja deprimira, a njih 29% da ih njihova tjelesna težina čini nesrećnima. Ovakvi podaci potvrđuju još jednom tezu da je mjerenje tjelesne težine i uopšte tjelesna težina najosjetljiviji segment fizičkog selfa, tj. slike o sebi.

Zanimljiv istraživački podatak je svega 15% ispitanika smatra da je dobar fizički izgled prečica do dobrog poslovnog angažmana. Prilično visok procenat, oko 63% ispitanika iskazuje stav da im se dopada kada vide sebe u ogledalu. Treba napomenuti i to da bi oko 44%, u manjoj ili većoj mjeri, promijenilo neke stvari u svom fizičkom izgledu, a oko 36% bi jednostavno željelo da izgleda bolje.

Kada se svoj fizički izgled poredi sa drugim ljudima, oko 34% ispitanice populacije, u manjoj ili većoj mjeri, željelo bi da izgleda kao drugi ljudi, dok oko 57% ispitanika ističe da se njihovim vršnjacima dopada njihov fizički izgled. Na pitanje koje ispituje ekstremnu komponentu, a to je zgražavanje i uzrujavanje fizičkim izgledom, oko 12% ispitanika iskazalo je stav da ih njihov fizički izgled uzrujava. Takođe, na pitanje sličnog tipa, oko 24% ispitanika, u manjoj ili većoj mjeri srami se svog fizičkog izgleda.

Dalje, oko 60% ispitanika smatra da izgleda lijepo poput većine, a oko 62% je u principu srećno kako izgleda. Jedno zanimljivo pitanje ticalo se stava o tome koliko fizički izgled osigurava da ispitanici imaju ljubavne sastanke. Pokazalo se da fizički izgled u tome nije presudan, s obzirom na to da je 17% ispitanika, u manjoj ili većoj mjeri, dalo pozitivan odgovor na ovu tvrdnju. Treba istaći da je 37% ispitanika zabrinuto, u manjoj ili većoj mjeri, oko toga kako izgleda, a da 57% njih vjeruje da izgleda lijepo. Na kraju, nešto više od polovine uzorka, ili tačnije 51% ispitanih adolescenata, vjeruje da izgleda onoliko lijepo koliko bi to i sami željeli.

U nastavku, prije odgovora na prethodno postavljene hipoteze, biće prikazana deskriptivna statistika i na pitanjima koja se odnose na aktivnosti na društvenim mrežama, kroz koje posmatramo uticaj medija na mlade ljude u modernom dobu.

Tabela 9. Deskriptivna statistika o aktivnostima na društvenim mrežama

Varijabla	Odgovori (frekvencije/procenti)		
Koliko vremena u prosjeku dnevno provedete na društvenim mrežama?	1–3h (28 – 32.56%)	3–5h (32 – 37.21%)	preko 5h (26 – 30.23%)
Upoređujem se sa onima koji izgledaju bolje od mene više nego sa onima koji izgledaju lošije od mene.	Da (21 – 24.42%)	Ponekad (27 – 31.39%)	Ne (38 – 44.19%)
Svoju privlačnost i atraktivnost upoređujem sa poznatim ličnostima i modelima na društvenim mrežama.	Da (12 – 13.95%)	Ponekad (16 – 18.60%)	Ne (58 – 67.44%)
Sklon/a sam upoređivanju sa onima koji su bolji od mene.	Da (19 – 22.09%)	Ponekad (20 – 23.26%)	Ne (47 – 54.65%)
Važno mi je šta drugi misle o meni i mom izgledu.	Da (20 – 23.26%)	Ponekad (34 – 39.53%)	Ne (32 – 37.21%)
Kada vidim osobu sa dobrim tijelom, zapitam se da li je moj izgled približan njegovom/njenom tijelu.	Da (12 – 13.95%)	Ponekad (34 – 39.53%)	Ne (40 – 46.51%)
Smatram da su osobe sa izraženim oblinama i mišićima atraktivnije i u	Da (36 – 41.86%)	Ponekad (4 – 4.65%)	Ne (46 – 53.49%)

socijalnim i partnerskim vezama poželjnije.			
Treba mi puno vremena da izaberem fotografiju koju ću objaviti na društvenoj mreži.	Da (34– 39.53%)	Ponekad (31 – 36.05%)	Ne (21 – 24.42%)

Na osnovu rezultata iz tabele 9, moguće je primijetiti ujednačenu raspodjelu kada je u pitanju dnevno vrijeme provedeno na društvenim mrežama. Kategorije su podjednako zasićene, s tim da valja naglasiti da je najviše onih koji su u prosjeku od 3 do 5 sati na društvenim mrežama (37.21%). Nešto manje je zastupljena kategorija 1–3h dnevno (32.56%), dok je najmanje frekventna kategorija lica koja suna društvenim mrežama preko 5h dnevno (30.23%).

Na postavljeno pitanje, da li se ispitanici upoređuju više sa onima boljeg izgleda od sebe, 44.19% je odgovorilo sa ne, dok njih 31.39% radi to umjereno, pa se može zaključiti da preostalih 24.42% to radi stalno. Dalje, svega 13.95% uzorka svoju privlačnost upoređuje sa poznatim ličnostima, dok 18.60% to čini ponekad, a preostalih 67.44% to ne radi.

Slična distribucija podataka prisutna je i prilikom ispitivanja sklonostima da se vrši poređenje sa „boljima od sebe“. Tu je 22.09% uzorka odgovorilo potvrdno, a 23.26% sa ponekad, što ponovo navodi na zaključak da većina ispitanika nema tu naviku. Nešto ujednačenija distribucija prisutna je na pitanju oko važnosti tuđeg mišljenja. U tom slučaju, 23.26% brine o tuđem mišljenju, 39.53% to radi ponekad, a 37.21% ispitanice populacije uopšte ne. Ovakva distribucija podataka govori da je mladim ljudima važno tuđe mišljenje, što je potvrda teorijskih odrednica koje se tiču adolescentnog perioda.

U daljoj analizi treba istaći da je 46.51% ispitanika odgovorilo negativno u odnosu na pitanje da li se upoređuje sa ljudima koji su dobrog fizičkog izgleda, što je slično već ranije navedenom podatku.

Pitanje koje se odnosi na to da li su osobe sa izraženim oblinama ili mišićima poželjnije u partnerskim vezama pokazalo je jasnu podijeljenost u odgovorima među adolescentima. Njih 41.86% vjeruje da to jeste istina, a njih 53.49% da nije, dok je 4.65% umjereno saglasno. Na kraju, 39.53% uzorka smatra da im treba dugo vremena da odaberu fotografiju za društvene mreže, dok 24.42% nema takvu naviku, što ukazuje na visok nivo prisustva neodlučnosti po tom

pitanju, ali i važnosti koju društvene mreže (i predstavljanje na društvenim mrežama) imaju u životima mladih ljudi u današnjem vremenu.

U tabeli 10 prikazan je odnos samopoštovanja i zadovoljstva vlastitim tijelom (hipoteza 1).

Tabela 10. Povezanost samopoštovanja i zadovoljstva vlastitim tijelom

Tip odnosa	R	P
Samopoštovanje*Zadovoljstvo vlastitim tijelom	.418	.000*

*

U sljedećem dijelu teksta prikazana je analiza socijalnih profila ispitanika. Riječ je o analizi profila 15 ispitanika koji su dobrovoljno pristali da učestvuju u onlajn posmatranju, uz naglasak da će njihovi podaci i fotografije ostati anonimni prilikom interpretacije rezultata posmatranja.

Posmatranje se obavilo tako što su ispitanici svojom voljom dostavili korisničko ime svog instagram naloga, tako da su nam bile dostupne njihove fotografije, odnosno njihovo predstavljanje na društvenim mrežama, uz prethodno popunjene Rozenbergove skale za samopoštovanje. Skala za samopoštovanje sastoji se od 10 pitanja, na koja ispitanici odgovaraju odabirom jednog od ponuđenih pet brojeva (0 – potpuno netačno, 1 – uglavnom netačno, 2 – ni tačno ni netačno, 3 – uglavnom tačno, 4 – potpuno tačno), zatim sabiranjem tih brojeva, na određen način, dolazimo do konačnog broja koji predstavlja stepen samopoštovanja.

Od 15 ispitanika, njih troje pokazalo je da ima nisko samopoštovanje, sedmero prosječno samopoštovanje i petoro visoko samopoštovanje. Dakle, na uzorku od 15 ispitanika, najviše je adolescenata sa prosječnim samopoštovanjem.

Slijedi analiza profila ispitanika na društvenim mrežama. Prvi ispitanik ima ukupno 18 objava na društvenoj mreži Instagram, gdje je osoba na svakoj slici sama, jasno pokazuje svoje lice, tijelo i figuru. Prisutno je dosta filtera koji samo mijenjaju boju i strukturu slike, dosta slika je i mutno zbog trenda koji je prisutan, tijelo nije izmijenjeno. Iz priloženog, objektivno gledano, možemo reći da osoba zapravo ima visoko ili barem prosječno samopoštovanje, što znači da odgovori na testu nijesu bili iskreni, dok s druge strane, moguće je i da osoba zaista ima nisko

samopoštovanje, ali upotrebom filtera trudi se da se predstavi na društvenim mrežama na najbolji mogući način. Drugi ispitanik ima šest objavljenih fotografija, dvije fotografije sadrže pejzaž prirode, jedna fotografije je grupna, sa prijateljima, a na tri fotografije je osoba sama, gdje se tijelo vidi do kukova. Zbog manjka predstavljanja sebe i svog tijela, može se potvrditi da osoba ima nisko samopoštovanje, dok sa druge strane može biti da je u pitanju težnja ispitanika za što više privatnosti. Treći ispitanik nema ni jednu objavljenju fotografiju.

Zatim slijedi analiza profila ispitanika sa prosječnim samopoštovanjem. Prvi ispitanik ima ukupno šest objavljenih fotografija, na svakoj fotografiji je osoba sama, jasno se vidi lice, tijelo i figura, što se podudara sa prosječnim samopoštovanjem. Druga osoba ima samo jednu objavljenju fotografiju. Na fotografiji je osoba sama, slika u ogledalu, gdje se jasno vidi tijelo osobe, ali je telefonom prekriveno lice. S obzirom na to da je to jedina fotografija koja se nalazi na profilu, može se reći da je osoba zadovoljna svojim fizičkim izgledom i da voli svoje tijelo, ali se postavlja pitanje koliko je to zapravo validno s obzirom na to da je lice prekriveno. Treći ispitanik ima ukupno dvije fotografije, jedna je sa prijateljima, a na drugoj je osoba sama, jasno je prikazano lice i tijelo, nema nikakvih filtera. Četvrti ispitanik ima 11 objavljenih fotografija, na tri fotografije osoba je sa prijateljima, dok je na ostalim fotografijama sama. Prisutni su filteri koji usklađuju boju i strukturu, jasno se vidi tijelo i lice, što se podudara sa rezultatima testa. Peti ispitanik ima ukupno 45 fotografija. Na većini fotografija je osoba sama, lice i tijelo su jasno prikazani, prisutni su filteri za prilagođavanje svjetlosti. Prisutan je i veliki broj fotografija pejzaža prirode, dok je nešto manji broj fotografija sa prijateljima. Dakle, podudara se sa rezultatima testa. Šesti ispitanik ima ukupno 113 fotografija, na većinu fotografija je osoba sama, prisutne su i grupne fotografije. Dakle, poklapa se sa rezultatima istraživanja da osoba ima prosječno samopoštovanje. Sedmi ispitanik ima ukupno 17 objavljenih fotografija. Na svakoj fotografiji osoba je sama, riječ je o umjetničkim fotografijama, na kojima su prikazani određeni dijelovi tijela, varira od fotografije do fotografije, i samo pola lica. Dakle, osoba nije u cjelini prikazala sebe, pa se može reći i da se poklapa sa prosječnim samopoštovanjem, ali i da ide ka niskom samopoštovanju.

Slijedi analiza profila osoba sa visokim samopoštovanjem. Prva osoba ima 13 objavljenih fotografija, na tri fotografije je sa prijateljima, dok je na ostalim fotografijama sama. Jasno se vidi lice i tijelo, bez efekata i uljepšavanja fotografija, što se podudara sa visokim samopoštovanjem. Druga osoba ima 50 objavljenih fotografija, na svakoj fotografiji je osoba sama. Većina

fotografija uslikano je iz daljine, tako da se cijela figura tijela vidi, lice se nejasno vidi. Dakle, osoba je i te kako zadovoljna svojim fizičkim izgledom i na osnovu posmatranja profila može se reći da osoba ima visoko samopoštovanje. Treća osoba ima 29 objavljenih fotografija, većina fotografija je sa prijateljima, par fotografija sadrži samo citate, dok je svega devet fotografija na kojima se vidi ispitanik. Riječ je o fotografijama gdje je lice jasno prikazano, dok se tijelo djelimično vidi. Četvrta osoba ima dvije fotografije na kojima se jasno vidi i lice i tijelo, dok peta osoba nema nijednu objavljenu fotografiju. Dakle, može biti u pitanju težnja ka anonimnosti i privatnosti zbog svih negativnih strana koje društvene mreže imaju, dok sa druge strane može biti da osoba ili ima nisko samopoštovanje, ili dovoljno visoko da joj nije potrebno nikakvo predstavljanje da društvenim mrežama.

Postoji snažna i statistički značajna povezanost između samopoštovanja i zadovoljstva vlastitim tijelom. Pirsonov koeficijent korelacije iznosi .418, sa nivoom značajnosti .00, pa se na osnovu toga Hipoteza 1 može prihvatiti. Ovakvi rezultati navode na zaključak da što je veće samopoštovanje, veće je i zadovoljstvo vlastitim tijelom, baš kao što zadovoljstvo vlastitim tijelom rađa i veće samopoštovanje.

Na neki način, samopoštovanje postaje odbrambeni mehanizam u očuvanju zadovoljstva svojim tijelom u procesu izgradnje pozitivne slike o sebi, baš kao što pozitivan fizički self utiče na opšte zadovoljstvo životom, kao i na proces samopoštovanja, s obzirom na to da dobar fizički izgled zahtijeva discipline, upornost i brigu o sebi, a to su koncepti koji i te kako doprinose opštem blagostanju.

Upoređivanje sopstvenog izgleda sa izgledom drugih ljudi na društvenim mrežama

U nastavku teksta, u tabeli 11, testirana je hipoteza 2.

Tabela 11. Razlike u zadovoljstvu vlastitim tijelom u odnosu na sklonost poređenja sa drugima

Kategorije	N	AS	Komparativni parametri
Da	21	2.10	Kraskal Volis $H_i=2.151, df=2, p=.341$
Ponekad	27	2.37	
Ne	38	2.23	

Tabela 11 jasno pokazuje da ne postoje razlike u zadovoljstvu sobom (slika o sebi) u odnosu na to da li se ispitanici upoređuju na društvenim mrežama sa drugim ljudima. Hi kvadrat test iznosi 2.151, sa nivoom značajnosti .341, što je daleko od granice statističke značajnosti. Srednje vrijednosti po kategorijama iznose 2.10 (ispitanici koji se stalno upoređuju sa drugim ljudima), 2.37 (ispitanici koji se ponekad upoređuju sa drugim ljudima) i 2.23 (ispitanici koji se nikad ne upoređuju sa drugim ljudima), što pokazuje da određene razlike postoje, ali da one nijesu toliko upadljive niti da iziskuju dublju analizu, pa se prethodno postavljena hipoteza može odbaciti.

Treba samo pomenuti da je djelimično indikativno to da oni koji se stalno upoređuju sa drugima imaju najniži nivo zadovoljstva sobom, što bi se moglo objasniti time da se oni „nadmeću“ sa pogrešnim standardima, stalno jureći nešto što nije dostižno. Poznato je da mnogi ljudi danas u prezentaciji na društvenim mrežama koriste brojne efekte za uljepšavanje, pa se tako dolazi do zaključka da se ljudi koji su skloni upoređivanju sa drugima, zapravo nadmeću sa lažnim slikama. Tako mogu postati dio začaranog kruga, u kojem jure nešto što je djelimično imaginarno i što, kako se pokazuje, ne vodi zadovoljstvu svojim tijelom.

Razlike u polovima kod uticaja medija na zadovoljstvu sopstvenim tijelom

U nastavku teksta testirana je hipoteza 3, koja razmatra međusoban uticaj pola, medijskog uticaja i zadovoljstva sobom (slike o sebi). Varijabla medijski uticaj kreirana je tako što su spojena sva pitanja analizirana u tabeli 9. Stoga je u tabeli 12 razmotrena relacija medijskog uticaja i slike o sebi (zadovoljstva svojim tijelom), zasebno na populacijama muškaraca i žena adolescenata.

Tabela 12. Uticaj medija na zadovoljstvo svojim tijelom na populaciji žena i muškaraca zasebno

Tip veze	R	P
Uticaj medija*Zadovoljstvo tijelom (muškarci)	-.106	.630
Uticaj medija*Zadovoljstvo tijelom (žene)	.132	.301

Pregledom tabele 12, zapažamo da uticaj medija ne korelira statistički značajno sa zadovoljstvom vlastitim tijelom ni kod žena ni kod muškaraca, ali da se ta dva uticaja kvalitativno i te kako razlikuju, pa se hipoteza 3 može prihvatiti.

U slučaju muške populacije, Spirmanov koeficijent korelacije između pomenutih varijabli iznosi -.106, sa nivoom značajnosti od .630, dok su pomenuti parametri kod žena .132 i .301. To dalje znači da kod muškaraca, što je veći uticaj medija (preciznije rečeno, što je veća konzumacija medija u te svrhe), zadovoljstvo svojim tijelom opada, dok kod žena takvo ponašanje podiže zadovoljstvo svojim tijelom.

Korišćenje efekata ili programa za sređivanje fotografija na društvenim mrežama

U nastavku ove analize, u tabeli 13, prikazane su razlike u korišćenju efekata za sređivanje fotografija na društvenim mrežama u odnosu na pol ispitanika.

Tabela 13. Razlike u korišćenju efekata za sređivanje fotografija u odnosu na pol ispitanika.

Upotreba programa za sređivanje	Pol		Total
	M	Ž	
Da	3 (13.04%)	17(26.98%)	20
Ponekad	18 (78.26%)	45(71.43%)	63
Ne	2 (8.70%)	1 (1.59%)	3
Total	23	63	86
Chi=3.956, df=2, p=.138			

Tabela 13 jasno pokazuje da postoje određene razlike u pogledu konzumiranja efekata za sređivanje fotografija za društvene mreže u odnosu na pol ispitanika, pa se hipoteza 4 može prihvatiti deklarativno, ali ne i u odnosu na granice statističke značajnosti. Hi kvadrat test iznosi 3.956, dok je nivo značajnosti .138. Kad se uporede polovi, vidno je da muškarci rjeđe konzumiraju efekte u odnosu na žene.

Generalno gledano, 20 ispitanika od 86 ispitanika stalno koristi programe i efekte za sređivanje fotografija. Dalje, njih 63 takvo ponašanje ispoljava umjereno, dok svega njih troje to ne radi uopšte.

Unutar populacije muškaraca adolescenata, njih 13.04% konzumira, njih 8.70% ne, a 78.26% to radi ponekad. Kod žena, njih 26.98% to radi, svega 1.59% ne radi, a njih 71.43% to radi ponekad. Sve to navodi nas na zaključak da žene češće i intenzivnije koriste efekte za uljepšavanje fotografija prilikom njihovog postavljanja na društvene mreže.

U dodatku svemu što je predloženo u prethodnom dijelu teksta, potrebno je proširiti analizu i na uticaj starosti na intenzitet samopoštovanja i koncept zadovoljstva vlastitim tijelom među adolescentima. U nastavku teksta, u tabeli 14, posredstvom koeficijenata korelacije predstavljena je data relacija.

Tabela 14. Povezanost starosti, samopoštovanja i zadovoljstva svojim tijelom

Tip veze	R	P
Starost*Samopoštovanje	.025	.817
Starost*Zadovoljstvo svojim tijelom	-.074	.500

Tabela 14 jasno pokazuje da starost nije varijabla koja je statistički značajno povezana sa samopoštovanjem, baš kao što ne ostvaruje ni statistički značajnu vezu sa konceptom slike o sebi (zadovoljstva vlastitim tijelom). Pozitivan predznak u koeficijentu korelacije sugerise na to da stariji pojedinci imaju nešto više samopoštovanja u odnosu na mlađe adolescente.

Sa druge strane, Spirmanov koeficijent korelacije u odnosu starosti i zadovoljstva svojim tijelom iznosi -.074, sa nivoom značajnosti od .500. Negativan predznak u koeficijentu korelacije sugerise na to da mlađi pojedinci imaju nešto veće zadovoljstvo svojim tijelom, što može biti efekat adolescencije, jer se tokom adolescentnih godina povećava briga oko fizičkog izgleda i potreba da se dopadamo drugim ljudima.

3.1. Analiza i diskusija o dobijenim rezultatima

U ovom master radu ispitali smo kakav je uticaj medija na shvatanje i prihvatanje sopstvenog tijela u periodu adolescencije, odnosno društvene mreže i njihov uticaj na formiranje slike o sebi.

Iz glavne hipoteze smo izveli četiri sporedne hipoteze. Prva hipoteza je prihvaćena, što nam govori da visoko samopoštovanje adolescenata doprinosi pozitivnom uticaju medija na stvaranje pozitivne slike o sebi i svom tijelu. Iz toga možemo zaključiti da mediji ostvaruju umjereno visok uticaj na mlade ljude i da značajno participiraju u načinu izgradnje selfa i postavljanju normi i trendova unutar date ciljne grupe. Takođe, analiziranjem socijalnih profila svih ispitanika, došli smo do zaključka da većina ispitanika ima prosječno samopoštovanje i da njihovo predstavljanje da društvenim mrežama to potvrđuje. Većina ispitanika potencira objavljivanje svog tijela, više nego lice, dakle, tijelo znatno dominira, pa se može reći da su ispitanici zadovoljni svojim fizičkim izgledom. Ovo se povezuje i sa glavnom hipotezom gdje se pretpostavlja da mediji imaju značajan (pozitivan) uticaj na stvaranje slike o sebi i sopstvenom tijelu u periodu adolescencije.

Druga hipoteza je odbačena, što nam govori da se adolescenti upoređuju sa osobama koje, po njihovim standardima, izgledaju bolje od njih, stvarajući nezadovoljstvo i jureći za nedostižnim idealom. Ovim se postavljaju neka nova pitanja i prilike za dalja istraživanja koja se tiču uljepšavanja fotografija kojima se predstavljaju na društvenim mrežama, što dovodi do toga da se drugi upoređuju sa lažnim izgledom, čime se nezadovoljstvo povećava.

Treća hipoteza je prihvaćena, pa je generalni zaključak da bavljenje društvenim mrežama u smjeru upoređivanja sa drugim standardima kod muškaraca smanjuje zadovoljstvo svojim tijelom, dok kod žena je obrnut efekat.

Četvrta hipoteza je djelimično prihvaćena iz razloga što je broj muških ispitanika bio izuzetno manji u odnosu na ženski. Ovo nam ostavlja prostor za dalja istraživačka pitanja, odnosno za veće istraživanje u kojem će učestvovati veći broj muške populacije kako bi svorili jasniju sliku.

4. Zaključna razmatranja

Tema kojom smo se bavili u master radu nosi naziv *Uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i stvaranje slike o sebi u adolescenciji*. Odabirom navedene teme htjeli smo da ispitamo u kojoj mjeri sadržaj medija i objave vršnjaka na društvenim mrežama utiču na zadovoljstvo sopstvenim tijelom i stvaranje pozitivne slike o sebi u periodu adolescencije.

Da bismo to provjerili morali smo pitati učenike kroz anketne upitnike, ali prije svega toga, odnosno prije samog metodološkog dijela, kroz teorijski dio objasnili smo fizičke i emocionalne promjene koje se dešavaju u periodu adolescencije, šta predstavlja samopoimanje, svijest o sebi i svom tijelu, kao i to na koji način medijski sadržaj može uticati na mlade.

Nakon teorijskog izlaganja došli smo do metodološkog dijela u kojem smo definisali problem i predmet istraživanja, te zatim sve dalje procedure koje metodološki dio sadrži i koji nam je pomogao da dođemo do onoga što želimo ispitati.

Zatim, treći dio, koji se odnosi na interpretaciju i diskusiju dobijenih rezultata, predstavlja nam dio u kojem smo se fokusirali na navedene hipoteze. Hipoteze možemo potvrditi ili odbaciti na osnovu anketnih upitnika koji su bili namijenjeni učenicima, gdje su oni izlagali svoje mišljenje i stavove o sebi i svom tijelu, kao i njihovom ponašanju na društvenim mrežama.

U prvoj sporednoj hipotezi pretpostavljali smo da visoko samopoštovanje adolescenata doprinosi pozitivnom uticaju medija na stvaranje pozitivne slike o sebi i svom tijelu. Rezultati su pokazali da postoji snažna i statistički značajna povezanost između samopoštovanja i zadovoljstva vlastitim tijelom, pa se prva hipoteza može prihvatiti. Donosimo zaključak da što je veće samopoštovanje, veće je i zadovoljstvo vlastitim tijelom, baš kao što zadovoljstvo vlastitim tijelom rađa i veće samopoštovanje.

U drugoj sporednoj hipotezi pretpostavljali smo da adolescenti koji upoređuju sopstveni izgled sa izgledom drugih ljudi na društvenim mrežama imaju pozitivnu sliku o sebi i svom tijelu. Rezultati pokazuju da određene razlike postoje, ali da one nijesu toliko upadljive niti da iziskuju dublju analizu, pa se prethodno postavljena hipoteza može odbaciti. Treba napomenuti da osobe koje se stalno upoređuju sa drugima imaju najniži nivo zadovoljstva sobom, što bi se moglo objasniti time da se oni „nadmeću“ sa pogrešnim standardima, stalno jureći nešto nedostižno.

U trećoj sporednoj hipotezi pretpostavljali smo da postoje statistički značajne razlike među polovima kada je riječ o uticaju medija na zadovoljstvo sopstvenim tijelom, što se pokazalo

kao tačno, dakle, hipoteza se prihvata. Zaključak je da bavljenje društvenim mrežama u smjeru upoređivanja sa drugim standardima kod muškaraca smanjuje zadovoljstvo svojim tijelom, dok je kod žena obrnut efekat.

U četvrtoj sporednoj hipotezi pretpostavljali smo da djevojke više koriste efekat ili program za sređivanje fotografija za lične profile na društvenim mrežama, koja se prihvata djelimično, ali ne i u odnosu na granice statističke značajnosti. S obzirom na to da je broj muških ispitanika bio izuzetno nizak u odnosu na žene, možemo reći da žene češće i intenzivnije koriste efekte za uljepšavanje fotografija prilikom njihovog postavljanja na društvene mreže.

Na osnovu rezultata naših istraživanja zaključak je sljedeći: mediji ostvaruju umjereno visok uticaj na mlade ljude i da značajno participiraju u načinu izgradnje selfa i postavljanju normi i trendova unutar date ciljne grupe, kao i da je zadovoljstvo tijelom u prosjeku zastupljeno na nešto manjem nivou, pa se glavna hipoteza djelimično potvrđuje.

Neophodno je naglasiti mogućnost pojave nekih ograničenja u ovom istraživanju, kao što je validnost uzorka, zatim zbog samih nedostataka tehnike anketiranja može doći do neiskrenosti ispitanika. Nedostatak može predstavljati mogućnost postojanja pogrešne percepcije ispitanika kada je riječ o postavljenim pitanjima, zatim ispitanik može odgovarati nekim socijalno poželjnim odgovorima. Pored toga, prisutan je i manjak fleksibilnosti zbog toga što su se pitanja definisala prije istraživanja i kasnije se nijesu mogla modifikovati tokom istraživanja. Još jedno ograničenje jeste i to što je uzorak istraživanja mali i obuhvata samo jednu crnogorsku opštinu. Idealno bi bilo da istraživanje obuhvati sve crnogorske opštine, međutim, takvo istraživanje bilo bi obimno i zahtijevalo bi tim stručnjaka.

Ova tema izuzetno je zanimljiva i sve više izaziva pažnju stručnjaka, a svakako ima prostora za dalje istraživanje i rad na ovoj tematici. Preporuke za buduća istraživanja su sljedeće:

- Sprovoditi više edukacija i radionica za adolescente u cilju predstavljanja pozitivnog i negativnog uticaja društvenih mreža, ali i rad na podizanju samopouzdanja i zadovoljstvu sopstvenim tijelom.

- Sprovesti istraživanje o uticaju medija na shvatanje i prihvatanje sopstvenog tijela u adolescenciji na većem broju uzorka, na teritoriji Crne Gore. Ovim istraživanjem bi stekli jasniju i opširniju sliku o psihičkom i fizičkom zadovoljstvu mladih ljudi u našoj državi.

LITERATURA

1. Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Combating fear of missing out (FoMO) on social media: The FoMO-R method. *International journal of environmental research and public health*, 17(17), 6128. doi:10.3390/ijerph17176128. (Pristupljeno: 27. 6. 2024.).
2. Barrett, D. E. (1996). The three stages of adolescence. *The High School Journal*, 79(4), 333–339.
3. Begovac, I. (2021). *Dječja i adolescentna psihijatrija*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Medicinski fakultet.
4. Bernadić-Šunjić A. (2016). Ženski akt kroz povijest, *Akademija – časopis za umjetnost, kulturu i znanost*, 10–11 (7), 7–19.
5. Białecka-Pikul, M., Stępień-Nycz, M., Sikorska, I., Topolewska-Siedzik, E., & Ciecuch, J. (2019). Change and consistency of self-esteem in early and middle adolescence in the context of school transition. *Journal of youth and adolescence*, 48, 1605–1618.
6. Borović, L. D. (2022). Uloga roditelja u nastanku poremećaja slike tijela kod adolescenata. *Radovi Filozofskog fakulteta (časopis za humanističke i društvene nauke)*, (24), 193–214.
7. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x (Pristupljeno: 27. 6. 2024.).
8. Božić, M. (2014). Rodni tiramisu. *Status – Magazin za političku kulturu i društvena pitanja*, (17), 242–244.
9. Brajša-Žganec, A., Raboteg-Šarić, Z., & Franc, R. (2000). Dimenzije samopoimanja djece u odnosu na opaženu socijalnu podršku iz različitih izvora. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 9(6 (50)), 897–912.
10. Brdar, I., Rijavec, M. (1998). *Što učiniti kad dijete dobije lošu ocijenu?*. Zagreb: IEP.
11. Brdar, I. (2006). Životni ciljevi i dobrobit: je li za sreću važno što želimo? *Društvena istraživanja*, 4–5, 671–691.

12. Brkić, N., Unkić, F., & Spirjan, L. (2011). Društveni mediji u funkciji uspješnog marketinga. *BH ekonomski forum – časopis Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Zenici*, 21(3), 186–206.
13. Brković, A. D. (2011). *Razvojna psihologija*. Čačak: Regionalni centar za profesionalni razvoj zaposlenih u obrazovanju u Čačku.
14. Brown, B. B., Bakken, J. P., Ameringer, S. W. & Mahon, S. D. (2008). A comprehensive conceptualization of the peer influence process in adolescence. *Understanding peer influence in children and adolescents*, 13, 17–44.
15. Čengić, A. (2018). Savremena verbalna komunikacija i mediji XXI vijeka. *Društvene devijacije*, 3(3), 150–157.
16. Chatzopoulou, E., Filieri, R. & Dogruyol, S. A. (2020). Instagram and body image: Motivation to conform to the „Instabod“ and consequences on young male wellbeing. *Journal of Consumer Affairs*, 54(4), 1270–1297. doi:10.1111/joca.123 (Pristupljeno: 26. 6. 2024.).
17. Choukas-Bradley, S., Roberts, S. R., Maheux, A. J., & Nesi, J. (2022). The perfect storm: A developmental–sociocultural framework for the role of social media in adolescent girls’ body image concerns and mental health. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 25(4), 681–701.
18. Cicović-Maslovar, J. B. (2015). *Uloga porodičnog funkcionisanja i samopoimanja u predikciji antisocijalnog ponašanja u adolescenciji (Doktorska disertacija)*. Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet.
19. Ciprić, A., & Landripet, I. (2017). Uloga obiteljske socijalizacije i samopoštovanja u odnosu korištenja internetskih društvenih mreža i zadovoljstva tjelesnim izgledom kod adolescentica. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 23(1), 101–125.
20. Čokorilo, R., & Tišma, M. (2006). Self koncept kao bitan faktor uspeha u sportu. *Crnogorska sportska akademija Sport Mont*, 10–11, 315–320.
21. Čurčić, V. (2011). Psihološki odnos prema telu i gojaznost adolescenata. *Medicinski glasnik Specijalne bolnice za bolesti štitaste žlezde i bolesti metabolizma 'Zlatibor'*, 16(39), 94–100.
22. Cvitanović, M. (2009). (Re) konstrukcija balkanskih identiteta kroz popularnu glazbu. *Migracijske i etničke teme*, (4), 317–335.

23. Cvrk, M. (2016). Razvoj empatije. *Naša škola*, 77 (247), 57–63.
24. Cwynar-Horta, J. (2016). The commodification of the body positive movement on Instagram. *Stream: Culture/Politics/Technology*, 8(2), 36–56.
25. De Vries, D. A., Peter, J., De Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of youth and adolescence*, 45, 211–224.
26. Delač-Horvatinčić, I., Kozarić-Ciković, M. (2010). Povezanost samopoimanja, navika čitanja i školskog uspjeha učenika sedmog i osmog razreda osnovne škole. *Napredak*, 151 (3–4), 0–0. <https://hrcak.srce.hr/82723> (Preuzeto: 16. 9. 2024.).
27. Dodig-Ćurković, K. (2017). Adolescentna kriza – kako je dijagnosticirati i liječiti? *Medicus*, 26(2), 223–227.
28. Donev D. & Kaluđerović Ž. (2016). Etičke dileme u novim medijima. *Mediji i komunikacije*, 3 (5), 115–125.
29. Duišin, D. (2020). Promenljivost u poimanju lepog i ružnog – implikacije za kliničku psihijatriju. *Klinički centar Srbije*, 42(1), 58–67.
30. Dumić, M. (2013). Preuranjeni i zakašnjeli pubertet. *Medix: specijalizirani medicinski dvomjesečnik*, 19(104/105), 216–222.
31. Erceg-Jugović, I. (2011). Nezadovoljstvo tijelom u adolescenciji. *Klinička psihologija*, Zagreb 4(1–2), 41–58.
32. Erceg-Jugović, I. (2015). Sociokulturalni čimbenici nezadovoljstva tijelom u adolescenciji. *Ljetopis socijalnog rada*, 22(3), 465–488.
33. Erceg-Jugović, I., & Kuterovac-Jagodić, G. (2016). Percepcija utjecaja medija na sliku tijela kod djevojaka i mladića u adolescenciji. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 22(1), 145–162.
34. Furnham, A., Badmin, N. & Sneade, I. (2002). Body Image Dissatisfaction: Gender Differences in Eating Attitudes, Self-Esteem, and Reasons for Exercise. *The Journal of Psychology*, 136, 581–596.
35. Glasovac, Z. (2020). Utjecaj medija: *Osnovno o medijima i njihovom mogućem utjecaju na djecu predškolske dobi*, https://www.djecjivrtic-ivanic.hr/documents/za-roditelje/preporuke/Utjecaj_medija.pdf (Pristupljeno: 26. 06. 2024).

36. Graovac, M. (2010). Adolescent u obitelji. *Medicina Fluminensis: Medicina Fluminensis*, 46(3), 261–266.
37. Grozdek, M., Kuterovac-Jagodić, G., & Zarevski, P. (2007). Samopoimanje srednjoškolaca različitog školskog uspjeha. *Suvremena psihologija* 10.1: 37–55.
38. Hadžiahmetović, N., Kolenović Đapo, J., Đapo, N., Hasanbegović Anić, E., & Komnenić Kahlert, N. (2011). Povezanost između velikih pet i self-diskrepance. *Psihijatrija danas*, 43(2), 155–166.
39. Hadžikadunić, A. (2012). Sport kao prevencija od destruktivnog izražavanje djece i omladine. *Kriminalističke teme*, (3–4), 233–242.
40. Hercigonja, Z. (2017). Utjecaj modernih medija na odgoj djeteta. *Znanstvena konferencija o djelu Pavla Vuk-Pavlovića*, 121–141.
41. Hill, A. & Denman, L. (2016). Adolescent Self Esteem and Instagram: An Examination of Posting Behavior. *Concordia Journal of Communication Research: Vol. 3*, Article 4. <https://doi.org/10.54416/NTGE5234> (Pristupljeno: 1. 7. 2024.).
42. Imširović, F., & Vardo, E. (2019). Samopoimanje adolescenata u realnom i virtuelnom okruženju. *Zbornik radova Kongresa psihologa Bosne i Hercegovine* (str. 273–293). Bosna i Hercegovina: Logotip.
43. Janjetović, D. (1997). Preferencije životnih stilova adolescenata i njihovo opažanje životnog stila roditelja. *Sociološki pregled*, 31(1), 55–71.
44. Jerončić Tomić, I., Mulić, R., & Milišić Jadrić, A. (2020). Utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje i mentalno zdravlje mladih. *In medias res: časopis filozofije medija*, 9(17), 2649–2654.
45. Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2880.
46. Jovanović, A., & Kostadinović, M. (2019). Digitalna kompetentnost adolescenata. *Godišnjak za pedagogiju*, 4 (1), 85–100.
47. Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima–definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*, 21(1), 127–136.

48. Justinić, J., Kuterovac-Jagodić, G. (2010). Odjeća (ne) čini adolescenta: samopoimanje i potrošačka ukljičenost u kupovinu odjeće sa markom. *Drustvena istraživanja*, 19 (1–2), 187–208.
49. Kalajdžić, O. (2017). Korelacija između psiholoških karakteristika adolescenata i njihovog straha od budućnosti. *Biomedicinska istraživanja*, 8(2):144–152.
50. Kardum, M. (2014). Reprezentacija tjelesnosti u vizualnim umjetnostima. *Knjiga sažetaka simpozija Filozofija i tjelesnost*, 40–40. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:441967> (Preuzeto: 1. 7. 2024.).
51. Kavaz-Siručić, M. (2010). Mediji i obrazovanje. *Obrazovanje odraslih*, 10(1), 119–125.
52. Kević, G. (2021). *Razlike u tjelesnom samopoimanju adolescenata u Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini* (Doktorska disertacija). Sveučilište u Zagrebu. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:117:312064> (Preuzeto: 1. 7. 2024.).
53. Kiš, D. M., & Bujan, I. (2008). Tijelo, identitet i diskurs ideologije. *Fluminensia: časopis za filološka istraživanja*, 20(2), 109–123.
54. Knez, R., Pokrajac-Bulian, A., & Peršić, M. (2008). Epidemiologija poremećaja hranjenja u djece i adolescenata. *Paediatr Croat*, 52 (1), 111–115.
55. Knežević, M. & Đukanović P., (2016). *Mladi – društveni dekor ili društveni kapital?* Crna Gora: Centar za građansko obrazovanje.
56. Kosić, S. (2010). Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 56(24), 103–125.
57. Kostić, M. Z. (2002). Stres i posljedice stresa: prikaz transakcionističkog teorijskog modela. *Psihologija*, 35(1–2), 3–23.
58. Krayner, A., Ingledew, D. K., & Iphofen, R. (2008). Social comparison and body image in adolescence: A grounded theory approach. *Health education research*, 23(5), 892–903.
59. Krnić, N. (2023). Preuranjeni pubertet–Sazrijevaju li djeca prerano?. *Liječnički vjesnik*, 145(5), 78–82.
60. Krstić, K. (2008). Povezanost pojma o sebi i predstave adolescenata kako ih vide 'značajni drugi'. *Psihologija*, 41(4), 539–553. doi:10.2298/PSI0804539K.(Preuzeto: 28. 2. 2024.).
61. Kuburić, Z. (1997). Promena slike o sebi kod adolescenata u periodu društvene krize. *Sociološki pregled*, 31(1), 35–53.

62. Labaš, D., & Maljković, M. (2013). Fotografski stereotipi ženskog tijela i suvremeni ideal ljepote u časopisu Cosmopolitan. *Kultura komuniciranja*, 2(2), 300–357.
63. Lacković-Grgin, K. (1986). Problemi istraživanja self-koncepta, posebice self-koncepta mladih. *Radovi Filozofskog fakulteta u Zadru*, 25(3), 141–153.
64. Lacković-Grgin, K. (1994). *Samopoimanje mladih*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
65. Lacković-Grgin, K. (2012). Life Regrets: Phenomenology, Conceptualization and Research. *Društvena istraživanja*, 21 (3 (117)), 651–670. <https://doi.org/10.5559/di.21.3.03> (Preuzeto: 26. 6. 2024.).
66. Laklija, M., & Urbanc, K. (2007). Doživljaj vlastitog tijela i seksualnost u adolescenata s motoričkim oštećenjem. *Ljetopis socijalnog rada*, 14(3), 579–596.
67. Lebedina-Manzoni, M. & Lotar, M. (2011a). Simptomi depresivnosti i samoorijentirane kognicije. *Psihologijske teme*, 20 (1), 27–44.
68. Lebedina-Manzoni, M., & Lotar, M. (2011b). Percepcija sebe kod adolescenata u Hrvatskoj. *Kriminologija i socijalna integracija*, 19(1), 39–50.
69. Lebedina-Manzoni, M., Novak, T., & Jeđud, I. (2006). Doživljaj sebe u obitelji. *Kriminologija & socijalna integracija: časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju*, 14(2), 25–36.
70. Leinonen, T. (2010). *Designing Learning Tools. Methodological Insights*. Helsinki: Aalto University School of Art and Design.
71. Livazović, G. & Mudrinić, I. (2017). Nezadovoljstvo tjelesnim izgledom i ponašanja povezana s poremećajima u prehrani adolescenata. *Kriminologija & socijalna integracija: časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju*, 25 (1), 71–89. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:117413> (Preuzeto: 5. 3. 2024.).
72. Lovretić, V., Benjak, T., & Vuletić, G. (2013). Subjective wellbeing of cyclists and physically inactive subjects. *Kinesiology*, 45(1), 101–106.
73. Lubina, T., & Brkić Klimpak, I. (2014). Rodni stereotipi: objektivizacija ženskog lika u medijima. *Pravni vjesnik: časopis za pravne i društvene znanosti Pravnog fakulteta Sveučilišta JJ Strossmayera u Osijeku*, 30(2), 231–232.
74. Marić, M. (2010). Osobine ličnosti, životni događaji i anksioznost adolescenata. *Primenjena psihologija*, 3(1), 39–57.

75. Marić, Z. (2005). Predikcija simptoma depresije kod nezaposlenih osoba. *Psihologija*, 38(1), 5–17.
76. Marinac, A. M. (2021). Odnos i razvoj pojma o sebi i samopoštovanja kod učenika osnovne škole. *Časopis za odgojne i obrazovne znanosti-Foo2rama*, 5(5), 87–99.
77. Martinec, R. (2013). Doživljaj slike tijela u kulturno-povijesnom i umjetničkom kontekstu. *Jahr*, 4 (2), 843–856. <https://hrcak.srce.hr/125056> (Preuzeto: 27. 6. 2024.).
78. Martinić, K. (2023). Rodna stereotipizacija u predizbornoj kampanji na lokalnim izborima 2021.: kritička analiza diskursa tekstova s news-portala. *Politička misao: časopis za politologiju*, 60(3), 172–178.
79. Mejremić, M. (2008). Slušanost i negativni uticaji turbo-folka. *Gračanički glasnik-Časopis za kulturnu historiju*, (25), 29–38.
80. Mendelson, B. K., Mendelson, M. J., & White, D. R. (2001). Body-esteem scale for adolescents and adults. *Journal of personality assessment*, 76(1), 90-106.
81. Mihajlović, A., & Janjić, D. (2013). Slika o sebi i depresivnost gojaznih adolescenata. *Godišnjak za psihologiju*, 10(12), 5–5.
82. Milić, M. (2020). Psihodinamski pristup razumevanju anoreksije nervoze. *Genero: časopis za feminističku teoriju i studije kulture*, (24), 143–158.
83. Miljković, D., & Rijavec, M. (2001). Psihologija samopouzdanja. *Razgovori sa zrcalom*. Zagreb: IEP – D2.
84. Mladenović, U., & Knebl, J. (1999). Religioznost, aspekti self-koncepta i anksioznost adolescenata. *Psihologija*, 1(2), 83–96.
85. Mohorić, T., Takšić, V., & Šekuljica, D. (2016). Uloga razumijevanja emocija u razvoju simptoma depresivnosti i anksioznosti u ranoj adolescenciji. *Socijalna psihijatrija*, 44 (1), 46–58.
86. Mujić, M. (2018). *Digitalno nasilje nad marginalizovanim grupama u bosanskohercegovačkim online medijima*. Sarajevo: Fondacija CURE. <https://www.ceeol.com/search/gray-literature-detail?id=844804> (Preuzeto: 1. 7. 2024.).
87. Mulaosmanović, N., Music, H., & Kajtaž, E. (2014). Relacije između lokusa kontrole i aspekata self-koncepta kod adolescenata. *Educa*, 7, 53–64.
88. Mustačević, S. (2015). Slika tijela. *Feministička čitanja društvenih fenomena*. Sarajevo Open Centre, 208–213. <https://www.ceeol.com/search/chapter-detail?id=519718> (Pristupljeno 16. 9. 2024.).

89. Mutale, G. J., Dunn, A. K., Stiller, J., & Larkin, R. (2016). Development of a body dissatisfaction scale assessment tool. *The New School Psychology Bulletin*, 13(2), 47–57.
90. Nair, R. J. (2016). Self-image and self-esteem for a positive outlook. *Training Manual on Theeanaipunya – Equipping Fisherwomen Youth for Future*. 75–78.
91. Nikolić, I. D. (2019). Uticaj sporta i fizičkog vaspitanja na rast, razvoj i zdravlje dece školskog uzrasta. *Poslovna ekonomija*, 13(1), 47–62.
92. Ninčević, M. (2009). Izgradnja adolescentskog identiteta u današnje vrijeme. *Odgojne znanosti*, 11(1 (17)), 119–141.
93. Novalić, M. (ured.) (2018). *Leksikon pravosudnih i medijskih pojmova u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: NIK Denameda d.o.o.
94. Papić, A., Jakopec, T. & Mičunović, M. (2011). Informacijske revolucije i širenje komunikacijskih kanala: osvrt na divergenciju i/ili konvergenciju medija. *Libellarium*, 4 (1), 83–94. <https://hrcak.srce.hr/92395> (Preuzeto: 1. 7. 2024.).
95. Penezić, Z., & Šunjić, M. (2013). Mediji, ženska rodna uloga i rodni stereotipi. *Kultura komuniciranja*, 2 (2), 77–92.
96. Perović-Ivanović, A. (ured.) (2008). *Priručnik za seksualno i reproduktivno zdravlje*. Podgorica: NVO Sigurna ženska kuća.
97. Peruško, Z. (2011). Uvod u medije. *Politička misao*, 48 (1), 254–257.
98. Petani, R., & Vulin, A. (2018). Spolno ponašanje adolescenata, njihova informiranost i mišljenje o seksualnosti. *Izvorni znanstveni članak*, 15(1), 35–58.
99. Petrović, J. (ured.) (2016). *Slika tela, seksualnost i partnerske veze u adolescenciji*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
100. Pokrajac-Bulian, A., Stubbs, L., & Ambrosi-Randić, N. (2004). Različiti aspekti slike tijela i navike hranjenja u adolescenciji. *Psihologijske teme*, 13(1.), 91–104.
101. Popov, S. (2021). *Samovrednovanje i mentalno zdravlje*. Novi sad: Fakultet za sport i turizam TIMS.
102. Pozvek, E. (2024). Spolni odgoj djece predškolskog doba. *Varaždinski učitelj: digitalni stručni časopis za odgoj i obrazovanje*, 7(14), 117–125.
103. Protić, D. (2020). Spolnost i adolescencija. *Nastavnička revija: Stručni časopis Škole za medicinske sestre Vinogradska*, 1(1), 21–39.

104. Rabrenović, D. (2013). Predstavljanje žene u muzičkim spotovima. *Kultura Komuniciranja*, 2 (2), 217–238.
105. Radovanović, N., & Glavak, R. (2003). Povezanost straha od negativne evaluacije sa samopoimanjem i socijalnom percepcijom kod adolescenata. *Društvena istraživanja*, 6(68), 1123–1139.
106. Radović, S., Marinković, L., & Popović, I. I. (2022). *Kroz dramsku igru do rodne jednakosti u vrtiću*. Novi Sad: Visoka škola strukovnih studija za vaspitače Novi Sad.
107. Robertson, M. (2018). *Instagram Marketing: How To Grow Your Instagram Page And Gain Millions of Followers Quickly With Step-by-Step Social Media Marketing Strategies*. https://books.google.me/books?hl=en&lr=&id=yA9bDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=number+of+daily+posts+on+Instagram+1000+million&ots=iaTc81P9hW&sig=qjF7rVfJxDV4yCeSuQuJGYphRhk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (Pristupljeno: 27. 6. 2024.).
108. Rosen, C. (2007). *Virtual friendship and the new narcissism: The New Atlantis*, <http://www.thenewatlantis.com/publications/virtual-friendship-and-the-newnarcissism> (Pristupljeno: 26. 6. 2024.).
109. Rošić, F. (2007). Pojam o sebi kao pedagoška kategorija-osnovne odrednice i značenje. *Zbornik islamskog pedagoškog fakulteta u Bihaću*, (1), 305–315.
110. Rudan, V. (2004). Normalni adolescentni razvoj. *Medix: specijalizirani medicinski dvomjesečnik*, 10(52), 36–39.
111. Sambol, K. & Cikač, T. (2015). Anoreksija i bulimija nervoza – rano otkrivanje i liječenje u obiteljskoj medicini. *Medicus*, 24 (2 ASK niske doze), 165–171. <https://hrcak.srce.hr/148323> (Preuzeto: 1. 7. 2024.).
112. Šarčević, A. (1999). Istina i pravednost/tragička teorija spoznaje. *Dijalog – Časopis za filozofiju i društvenu teoriju*, (03+04), 9–36.
113. Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D., & Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *The lancet child & adolescent health*, 2(3), 223–228.
114. Shavelson, R. J., & Bolus, R. (1986). On the structure of self-concept. Self-Concept: The Interplay of Theory and Methods. *Journal of Educational Psychology*. 74,(1),3–17. https://www.researchgate.net/publication/313215631_On_the_structure_of_self-concept (Preuzeto: 12. 6. 2024.).

115. Šincek, D., Tomašić Humer, J., & Merda, M. (2017). Prediktori nezadovoljstva tjelesnim izgledom i odstupajućih navika hranjenja u kontekstu sociokulturalnog modela. *Medica Jadertina*, 47(1–2), 23–38.
116. Sinković, D. (2021). *Generacija Z: neki novi ekološki osviješteni klinici koji vole 'stare' filmove i usamljeniji su nego što mislimo*. Ziher.hr. <https://www.ziher.hr/generacija-z/> (Pristupljeno: 27. 6. 2024).
117. Siručić, M. K. (2010). Mediji i obrazovanje. *Obrazovanje odraslih*, 10(1), 119–125.
118. Skelić, Dž. (2017): Diskurs tijela na filmu: neki aspekti. *DHS – Društvene i humanističke studije: časopis Filozofskog fakulteta u Tuzli*, 2(2), 253-264.
119. Stamać-Ožanić, M. (2020). *Provjera Higginsove teorije neusklađenoga pojma o sebi adolescenata u odnosu na očekivanja roditelja i vršnjaka (Doktorska disertacija)*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:696869> (Preuzeto: 12. 6. 2024.).
120. Stein, A. (2002). Tri modela seksualnosti: nagoni, identiteti i prakse. *Reč*, (67.13), 171–188.
121. Stojković, I. (2005). Psihološki efekti tempa telesnog sazrevanja u pubertetu. *Psihologija*, 38(4), 383–402.
122. Sukanto, M. E., Hamidah, H., & Fajrianthi, F. (2019). „Can I look like her?”: body image of adolescent girls who use social media. *Makara Human Behavior Studies in Asia (MAKARA Hubs-Asia)*, 23(1), 60–72.
123. Todorović, S. (2023). Ko vaspitava našu decu? https://www.religija.me/zdravlje/Ko_vaspitava_nasu_decu.pdf (Preuzeto: 13. 6. 2024.).
124. Trbojević, J., & Petrović, J. (2021). Understanding of dropping out of sports in adolescence—testing the hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation. *Kinesiology*, 53(2), 245–256. doi:10.26582/k.53.2.7 (Preuzeto: 16. 9. 2024.).
125. Trumić, M. (ured.) (2019). *Metodologija naučnih istraživanja*. Bor: Tehnički fakultet u Boru–Univerzitet u Beogradu.
126. Tsagem, S. Y. (2022). The Adolescence Stage. *Developmental Psychology: A Life-Span Approach*, 22, 71–98.

127. Velki, T., & Romstein, K. (2018). *Priručnik za rad s učenicima s teškoćama u razvoju u srednjim školama*. Osijek: Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti: Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
128. Velki, T., Cakić, L., & Oblačić, I. (2015). Odnos samopoštovanja i socijalnog statusa kod učenika nižih razreda osnovne škole. *Školski vjesnik: časopis za pedagoškijsku teoriju i praksu*, 64(1), 153–172.
129. Velov, B. S., & Zotović, M. (2020). Stav prema seksualnoj objektivizaciji ženskog tela, samoobjektivizacija i zadovoljstvo telom. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, 45(1), 147–166.
130. Velov, B., & Jovanovic, T. (2023). Značaj fizičkog izgleda i aktuelna figura tela kod žena u Srbiji u savremenom sociokulturnom okruženju. *Sociologija*, 65(2), 259–278.
131. Vertovšek, N. (2013). Umjetnost medijske manipulacije–ljepota iluzije jest u umu promatrača. *In Medias Res*, 2(3), 296–308.
132. Vizek-Vidović, V., Rijavec, M., Miljković, D. i Vlahović-Štetić, V. (2014). *Psihologija obrazovanja*. Zagreb: IEP-Vern.
133. Vranjican, D., Prijatelj, K., & Kuculo, I. (2019). Čimbenici koji utječu na pozitivan socio-emocionalni razvoj djece. *Napredak: Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju*, 160(3–4), 319–338.
134. Vukićević, V., & Miličković, V. (2017). Stanje uhranjenosti dece starijeg školskog i srednjoškolskog uzrasta u Apatinu. *Timočki medicinski glasnik*, 42 (2), 79–84.
135. Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R., & McLean, S. A. (2021). Social media use and body dissatisfaction in adolescents: The moderating role of thin-and muscular-ideal internalisation. *International journal of environmental research and public health*, 18(24), 13222.
136. Willendorf. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/willendorf> (Pristupljeno: 30. 6. 2024.).
137. World Health Organization. (1977). *Health needs of adolescents: report of a WHO expert committee*. Geneva: World Health Organization.
138. Zimmer-Gembeck, M. J., Hawes, T., & Pariz, J. (2021). A closer look at appearance and social media: Measuring activity, self-presentation, and social comparison and their associations with emotional adjustment. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 74–86. doi:10.1037/ppm0000277 (Preuzeto: 16. 4. 2024.).

PRILOZI

Prilog br. 1

UTICAJ MEDIJA NA SHVATANJE SOPSTVENOG TIJELA I SLIKE O SEBI U ADOLESCENCIJI

Pred Vama se nalazi upitnik konstruisan za potrebe izrade master rada na temu „*Uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i slike o sebi u adolescenciji*“. Upitnik se odnosi na adolescente srednjoškolskog uzrasta.

Bitno je napomenuti da se upitnik radi anonimno, te Vas molimo da na sljedeća pitanja odgovorite istinito.

Hvala Vam na saradnji!

1. Vaš pol? (označite samo jedno polje)

- ☐ Žensko
- ☐ Muško

2. Koliko imate godina?

3. Rosenbergova skala samopoštovanja (Rosenberg, 1965).

Pred Vama je lista tvrdnji koje se odnose na opšti doživljaj sebe. Molimo Vas da na priloženoj lestjivici označite polje u kojem je stepenu tvrdnja tačna za Vas.

	Poptuno netačno	Uglavnom netačno	Ni tačno ni netačno	Uglavnom tačno	Potpuno tačno
Zadovoljan/na sam samim sobom.					
Povremeno mislim da ništa ne valjam.					
Osjećam da imam poprilično dobrih osobina.					
U stanju sam obavljati zadatke jednako dobro kao većina drugih ljudi.					
Osjećam da nema puno					

toga čime se mogu ponositi.					
Zaista se ponekad osjećam beskorisno.					
Osjećam da vrijedim barem jednako kao i ostali ljudi.					
Volio/voljela bih da mogu sebe više poštovati.					
Sve u svemu sklon/a sam o sebi misliti kao o gubitniku.					
Prema sebi zauzimam pozitivan stav.					

4. Skala poštovanja i zadovoljstva tijelom za adolescente i odrasle (Mendelson, 2001).

Molimo Vas da na priloženoj ljestvici označite polje u kojem je stepenu tvrdnja tačna za Vas, od „nikad“ do „uvijek“ .

	Nikad	Rijetko	Ponekad	Često	Uvijek
Volim kako izgledam na slikama.					
Drugi ljudi smatraju da dobro izgledam.					
Ponosan/a sam na svoje tijelo.					
Preokupiran/a sam trudom da promjenim svoju tjelesnu kilažu.					
Smatram da mi fizički izgled može pomoći da lakše dođem do posla.					
Sviđa mi se kako izgledam kada se pogledam u ogledalu.					
Postoji mnogo stvari koje bih promijenio/la na svom izgledu da mogu.					
Zadovoljan/na sam svojom tjelesnom kilažom.					
Volio/voljela bih da izgledam bolje.					
Sviđa mi se moja težina.					
Volio/voljela bih da izgledam kao neko drugi.					
Mojim vršnjacima se sviđa moj izgled.					

Moj izgled me uzrujava.					
Izgledam lijepo kao i većina ljudi.					
Prilično sam srećan/na zbog načina na koji izgledam.					
Osjećam da imam odgovarajuću težinu za svoju visinu.					
Sramim se svog izgleda.					
Vaganje me deprimira.					
Moja težina me čini nesrećnim/om.					
Izgled mi pomaže da imam ljubavne sastanke.					
Brinem o tome kako izgledam.					
Mislim da imma dobro tijelo.					
Izgledam lijepo koliko bih želio/la.					

5. Koliko vremena u prosjeku dnevno provedete na društvenim mrežama?

- ☐ 1h–3h
- ☐ 3h–5h
- ☐ preko 5h

6. Upoređujem se sa onima koji izgledaju bolje od mene više nego sa onima koji izgledaju lošije od mene.

- ☐ Da
- ☐ Ponekad
- ☐ Ne

7. Svoju privlačnost i atraktivnost upoređujem sa poznatim ličnostima i modelima nadruštvenim mrežama.

- ☐ Da
- ☐ Ponekad
- ☐ Ne

8. Sklon/a sam upoređivanju sa onima koji su bolji od mene.

- ☐ Da
- ☐ Ponekad
- ☐ Ne

9. Važno mi je šta drugi misle o meni i mom izgledu.

- ☐ Da
- ☐ Ponekad
- ☐ Ne

10. Kada vidim osobu sa dobrim tijelom, zapitam se da li je moj izgled približan njegovom/njenom tijelu.

- ☐ Da
- ☐ Ponekad
- ☐ Ne

11. Smatram da su osobe sa izraženim oblinama i mišićima atraktivnije i u socijalnim i partnerskim vezama poželjnije.

- ☐ Da
- ☐ Ponekad
- ☐ Ne

12. Treba mi puno vremena da izaberem fotografiju koju ću objaviti na društvenoj mreži.

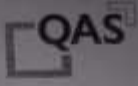
- ☐ Da
- ☐ Ponekad
- ☐ Ne

13. Da li ste ikada koristili efekat ili program za sređivanje fotografija za lične profile na društvenim mrežama? Ako jeste koji je razlog toga?

14. Zamolila bih Vas da, ukoliko ste raspoloženi da doprinesete ovom istraživanju, ostavite korisničko ime Vašeg Instagram profila na kojem možemo da Vas zapratimo, s tim da napominjemo da će Vaši podaci ostati anonimni. Unaprijed zahvalni!
-
-

Prilog br. 2

 **Univerzitet Crne Gore**
Centar za unapređenje kvaliteta
UNIVERZITET CRNE GORE
CENTAR ZA UNAPREĐENJE KVALITETA
UL. KRALJEVIĆA BRANKA 11
81000 PODGORICA

 **QAS**

Broj: OUS/ 2804/1

Podgorica, 15.05.2024. godine

FILOZOFSKI FAKULTET

KOMISIJI ZA MASTER STUDIJU

PREDŠJEDNIKU KOMISIJE

U skladu sa nadležnostima definisanim članom 13 Pravilnika o organizaciji i radu sistema za osiguranje i unapređenje kvaliteta na Univerzitetu Crne Gore (Bilten UCG, broj 343/15) i članom 17 Pravila master studija (Bilten UCG, broj 493/20), a u vezi sa prijavom teme master rada pod nazivom „**Uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i slike o sebi u adolescenciji**“ kandidatkinje **Tamare Nreković**, Odbor za monitoring master studija, na sjednici od 31.05.2024. godine, daje sljedeće

MIŠLJENJE

Prijava teme master rada „Uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i slike o sebi u adolescenciji“ kandidatkinje Tamare Nreković sadrži elemente propisane Formularom za prijavu teme master rada.

Odbor predlaže sprovođenje dalje procedure, uz obavezu Komisije za master studije da prati dalji tok izrade master rada i usklađenost sa predloženom prijavom teme.

Napomena: U toku rasprave o prijavi kandidatkinje, a u cilju kvalitetnije izrade master rada, Odbor je konstatovao da je potrebno provjeriti da li su Hipoteza 3 i Hipoteza 4 značenjski iste ili veoma slične (odnosno da će se provjeravanjem treće provjeriti i četvrta hipoteza), i ukoliko jesu, preporučuje se da se zadrži jedna.

ZA ODBOR ZA MONITORING MASTER STUDIJA

 Prof. dr Svetlana Perović
S. Perović

Prilog br. 3



Crna Gora
Ministarstvo prosvjete, nauke i inovacija

Adresa: Vaka Đurovića b.b.
81000 Podgorica, Crna Gora
tel: +382 20 410 100
fax: +382 20 410 101
www.gov.me/mpa

Broj: 05-604/24-3307/5
Podgorica, 07. jun, 2024. godina

TAMARA NREKOVIĆ

Bartula bb,
Bar

Uvažena,

Povodom Vašeg obraćanja Ministarstvu prosvjete, nauke i inovacija u vezi sa sprovođenjem ankete koja za cilj ima prikupljanje podataka u svrhu izrade master rada na temu „Uticaj medija na shvatanje sopstvenog tijela i slike o sebi u adolescenciji“ namijenjene za učenike srednjih škola u Nikšiću, obratili smo se Zavodu za školstvo i Centru za stručno obrazovanje koji su nakon razmatranja prispjele dokumentacije dali pozitivno mišljenje za njegovu realizaciju.

Cijeneći značaj i aktivnosti ove ankete koja za cilj ima izradu master rada, Ministarstvo prosvjete, nauke i inovacija je saglasno da se navedeni projekat realizuje sa učenicima JU Gimnazija „Stojan Cerović“ Nikšić, JU Ekonomsko-ugostiteljska škola Nikšić i JU Prva srednja stručna škola Nikšić.

Za sve detalje koji se tiču same organizacije projektnih aktivnosti, slobodni ste da se obratite školi, pri čemu aktivnosti treba da se realizuju na način da se ne remeti vaspitno-obrazovni rad.

Prilog: Stručno mišljenje Zavoda za školstvo, br. 02/3-041/24-948/2 od 29. maja 2024. godine,

Stručno mišljenje Centra za stručno obrazovanje, br. 604/24-533/1 od 03. juna 2024. godine.

S poštovanjem,

V.D. GENERALNE DIREKTORICE
DIREKTORATA ZA GIMNAZIJSKO I STRUČNO OBRAZOVANJE



Marija GOŠOVIĆ

Dostavljeno:
-Imenovanoj;
-Arhivi