МЕЃУНАРОДЕН СЛАВЈАНСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
ГАВРИЛО РОМАНОВИЧ ДЕРЖАВИН - СВЕТИ НИКОЛЕ - БИТОЛА - Р.МАКЕДОНИЈА
СВЕТИ НИКОЛЕ: ул. Маршал Тито 77; 032 440 330; 032 440 202; e-mail: info@slavinst.edu.mk;
БИТОЛА: ул. Новачки Пат бб; 047 238 077; 047 222 503; e-mail: info@slavinst.edu.mk;
www.msu.edu.mk

Факултет за психологија

МАГИСТЕРСКИ ТРУД

Социјалните медиуми, сексуализацијата на телото и полот како предиктори на телесната слика кај адолесцентите

Ментор:
доц. д-р Милена Спасовска

Студент:
Мила Бебекоска (М243006)

Свети Николе, 2025

АПСТРАКТ

Во последните години, социјалните медиуми се наметнаа како доминантен канал на комуникација и самоизразување кај младите, но истовремено претставуваат значаен ризик фактор за нарушување на телесната слика и психолошката благосостојба на адолесцентите. Овој труд има за цел да го истражи предиктивниот однос на социјалните медиуми, сексуализацијата и полот врз формирањето на телесната слика кај адолесцентите. Преку теоретски преглед и анализа на релевантни меѓународни истражувања, се разгледува начинот на кој интензитетот и содржината на користење на социјалните мрежи, изложеноста на сексуализирани медиумски пораки и споредбата со идеализирани стандарди за убавина влијаат врз перцепцијата и задоволството од сопствениот изглед.

Прегледот на истражувањата укажува дека поголемата изложеност на медиумски и онлајн содржини кои промовираат тесно дефинирани стандарди за физички изглед е поврзана со повисоки нивоа на незадоволство од телото и пониска самодоверба кај младите. Дополнително, резултатите покажуваат дека полот претставува значаен модерирачки фактор, поточно девојките почесто ги интернализираат овие стандарди и покажуваат поголема чувствителност кон телесните и емоционалните последици од ваквите влијанија.

Овие наоди ја нагласуваат потребата од развивање на образовни и превентивни програми кои ќе поттикнуваат медиумска писменост, родова еднаквост и психолошка отпорност кај адолесцентите, со цел унапредување на нивната ментална и емоционална благосостојба.

Клучни зборови: социјални медиуми, сексуализација, пол, телесна слика, адолесценти, психолошко здравје

ABSTRACT

In recent years, social media have emerged as a dominant channel of communication and self-expression among young people, while at the same time representing a significant risk factor for the distortion of body image and the psychological well-being of adolescents. This study aims to explore the predictive relationship of social media use, sexualization, and gender on the formation of body image among adolescents. Through a theoretical overview and analysis of relevant international research, the study examines how the intensity and content of social media use, exposure to sexualized media messages, and comparison with idealized beauty standards influence adolescents' perception and satisfaction with their own appearance.

A review of the existing research indicates that greater exposure to media and online content promoting narrowly defined physical appearance standards is associated with higher levels of body dissatisfaction and lower self-esteem among young people. Furthermore, the results show that gender serves as a significant moderating factor — girls tend to internalize these standards more strongly and demonstrate greater sensitivity to the bodily and emotional consequences of such influences.

These findings highlight the importance of developing educational and preventive programs that promote media literacy, gender equality, and psychological resilience among adolescents, with the goal of enhancing their mental and emotional well-being.

Keywords: social media, sexualization, gender, body image, adolescents, psychological health

СОДРЖИНА

АПСТРАКТ 2
ABSTRACT 3
ВОВЕД 1
1. СУШТИНСКИ ОПРЕДЕЛБИ НА ТЕЛЕСНАТА СЛИКА 2
1.1. Дефинирање на телесна слика 2
1.2. Причини и последици за нарушување на телесната слика 2
1.3. Развој на телесната слика и родови разлики кај адолесцентите 4
2. СУШТИНСКИ ОПРЕДЕЛБИ НА СЕКСУАЛИЗАЦИЈАТА 11
2.1. Дефинирање на сексуализацијата 11
2.2. Учење и равој на сексуализацијата кај адолесцентите 14
2.3. Сексуализација и социјалните медиуми 17
3. СУШТИНСКИ ОПРЕДЕЛБИ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ 19
3.1. Дефинирање на социјалните медиуми 19
3.2. Влијание на социјалните медиуми 21
3.3. Причини и последици на користењето на социјалните медиуми кај адолесцентите 25
3.4. Социјалните медиуми и менталното здравје кај адолесцентите 29
3.5. Користење на социјалните медиуми денес 32
II ДЕЛ 34
МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕ 34
1. Проблем на истражување 34
1.1. Научна цел на истражувањето 34
1.2. Практична цел на истражувањето 35
2. Резултати од претходни истражувања 35
3. Предмет на истражувањето 38
3.1. Теоретско определување на предмет на истражување 39
3.2. Хипотези 39
3.2.1. Формулација на општа хипотеза 39
3.2.2. Формулација на посебни хипотези 39
3.3. Варијабли на истражувањето 40
4. Методи, техники и инструменти на истражувањето 40
4.1 Техники за обработка на податоци 41
5. Популација и примерок на истражување 42

6. Организација и спроведување на истражувањето 42
III ДЕЛ 43
АНАЛИЗА И ИНТЕРПРЕТАЦИЈА НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО 43
1. Анализа и интерпретација на резултатите од инструментите 43
ДИСКУСИЈА 65
ЗАКЛУЧОК 70
ИМПЛИКАЦИИ, ОГРАНИЧУВАЊА И ПРЕПОРАКИ ЗА ИДНИ ИСТРАЖУВАЊА 73
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА 76
ПРИЛОЗИ 98

ВОВЕД

Современиот дигитален свет создава општествена реалност во којашто младите луѓе, особено адолесцентите, растат опкружени со медиумски содржини кои интензивно ја обликуваат нивната перцепција за себе и за другите. Социјалните медиуми, кои првично беа замислени како алатки за комуникација и самоизразување, денес претставуваат доминантна сила во оформувањето на вредностите, ставовите и телесните идеали кај младите. Преку визуелните пораки, алгоритмите и постојаната изложеност на идеализирани стандарди за убавина, адолесцентите сè почесто се соочуваат со притисоци да го приспособат својот изглед и однесување на наметнатите општествени норми.

Адолесценцијата, како критичен период од психосоцијален развој, се карактеризира со интензивни физички и емоционални промени. Во овој период се формира телесната слика, поточно перцепцијата, мислите и чувствата што поединецот ги има за своето тело. Под влијание на социјалните медиуми, оваа слика често се гради преку процеси на споредување со другите, интернализација на медиумските стандарди за убавина и прифаќање на сексуализирани претстави за телото како норма. Ваквите процеси можат да доведат до незадоволство од телото, ниска самодоверба, зголемена анксиозност, па дури и до појава на нарушувања во исхраната.

Истовремено, родот претставува важен фактор кој го модерира односот меѓу медиумските влијанија и формирањето на телесната слика. Истражувањата укажуваат дека девојките почесто ги интернализираат идеалите на тенко и сексуализирано тело, додека момчињата се соочуваат со притисок кон мускулестиот и „совршен“ физички изглед. Овие родови разлики ја усложнуваат врската меѓу социјалните медиуми, сексуализацијата и телесната самоперцепција, што го прави овој проблем особено релевантен во контекст на современото адолесцентско искуство.

Целта на овој труд е да се испита предиктивната врска меѓу користењето на социјалните медиуми, сексуализацијата и полот во формирањето на телесната слика кај адолесцентите. Преку теоретски преглед и емпириско истражување ќе се утврди во која мера овие фактори предвидуваат разлики во перцепцијата и доживувањето на телото.

1. СУШТИНСКИ ОПРЕДЕЛБИ НА ТЕЛЕСНАТА СЛИКА

1.1. Дефинирање на телесна слика

Сликата за телото е мултидимензионален поим кој ги опфаќа мислите, емоциите и однесувањата на поединецот поврзани со сопствениот изглед (Cash, 2004). Таа обично се разгледува преку два аспекта: евалуативен (задоволство или загриженост за изгледот) и процена на значењето што сликата за телото го има во идентитетот на поединецот (Jarry et al., 2019).

Историски гледано, повеќето емпириски истражувања за сликата за телото ја разгледувале од дефицитарна перспектива, односно истите се фокусирале на нејзината улога како фактор на ризик за нарушено ментално здравје и психопатологија, вклучувајќи нарушувања во исхраната и други поврзани состојби (Cash & Pruzinsky, 2002; Grogan, 2016). Токму ваквиот пристап придонел сликата за телото да се препознае и како самостоен проблем за менталното здравје.

Сепак, во поново време се зголемува вниманието насочено кон сликата за телото низ перспектива на позитивната психологија (Tylka & Wood-Barcalow, 2015) и начините на кои позитивната слика за телото може да се поврзе со благосостојбата на поединецот. Како дел од овој фокус на позитивната слика за телото, посветено е поголемо внимание на димензиите на сликата за телото што не се однесуваат на изгледот, како што се функционалноста и олицетворението (Alleva and Tylka, 2021).

Овој пристап овозможува поцеловито разбирање на односот помеѓу поединецот и неговото тело и истиот истакнува дека телесното доживување не се исцрпува само во визуелните аспекти, односно преку надворешниот изглед.

1.2. Причини и последици за нарушување на телесната слика

Во рамките на поширокиот општествен и културен контекст, особено кога станува збор за современата високо визуелна култура чиј развој значително се забрза со појавата и ширењето на дигиталните технологии, изгледот на телото сè повеќе се позиционира на позиција, како клучен облик на „капитал“ за поединците на глобално ниво (Bourdieu, 2018). Концептот на телесен капитал опфаќа две основни димензии: количината телесен капитал

што ја поседува поединецот и степенот на општествен поттик да се инвестира во сопствениот изглед како извор на капитал.

Во однос на концептот на телесен капитал, телата коишто се поблиску до доминантните стандарди за убавина стекнуваат поголем телесен капитал, додека оние кои носат социјални идентитети со помал престиж, како што се црните и домородните луѓе, како и лицата со поголема телесна тежина, се подложни на поголем притисок да инвестираат во својот изглед како потенцијален капитал. Овој пристап е значаен при разгледување на тоа кои групи во општеството ги поврзуваат сопствените тела со искуства на социјално угнетување, но исто така и како средство за акумулација на капитал (Hunter, 2011).

Социокултурните фактори исто така имаат неизмерно влијание врз тоа како поединците ја перцпираат сопствената телесна слика. Пораките што ги добиваме од медиумите, семејството, врсниците и училиштата, имаат влијание врз тоа како гледаме на нашиот изглед, формирајќи уверувања за тоа што е „прифатливо“ или „посакувано“ (Thompson et al., 1999; Fitzsimmons-Craft, 2011). Преку овие пораки честопати се поврзува изгледот со лична вредност и морална исправност, создавајќи чувство дека треба да го контролираме и подобруваме нашето тело според надворешно наметнати стандарди.

Глобализацијата и медиумскиот притисок дополнително го засилуваат овој ефект, бидејќи идеалите за тоа што претставува убавина, стануваат универзални и се шират низ целиот свет (Widdows, 2018). Од жените се очекува да бидат витки, тонирани, со нагласени облини, додека мажите се промовираат како мускулести и витки со здрав изглед. Овие стандарди не се само естетски, туку и општествено и економски конструирани, што создава можности за пазар на производи и услуги кои ветуваат дека ќе помогнат да се постигне тој идеал, притоа одржувајќќи ја нееднаквоста и постојните системи на моќ (Rodgers et al., 2022). Зголемената изложеност на овие идеали, особено во земјите со брз економски развој или културни промени, го зголемува чувството на незадоволство од телото и на некој начин го претвора телото во вид инвестиција за социјален престиж (Becker, 2004; McLaren & Kuh, 2004; Gorrell et al., 2019).

Идеалите за тело според овие пристапи не се родово неутрални, напротив ја одржуваат постојната родова хиерархија. Девојките и жените на тој начин се социјализираат да се стремат кон екстремно витко и „совршено“ негувано тело, што создава

нереални стандарди, посветувајќи време, енергија и финансиски ресурси кон изгледот, наместо кон поширoки активности. Објективизацијата, особено преку медиумите, го поттикнува процесот на самообјективизација, што води до намалена самодоверба, зголемена загриженост за телото и негативна телесна слика (Widdows, 2018; Piran, 2019; Fitzsimmons-Craft, 2011).

Третата група на теории се фокусира на искуствата на поединците од малцински групи, вклучувајќи ги етничките, родовите, сексуалните и други социјални категории. Кај овие лица постои поголема веројатност да доживеат дискриминација поврзана со изгледот, или пак да се соочат со страв од такви искуства, што може исто така да влијае врз нивната телесна слика (Brewster et al., 2017; Brewster et al., 2019).

Таквите искуства, заедно со придружената анксиозност, често предизвикуваат негативни емоции, кои можат да водат кон незадоволство и интензивна преокупација со телесната слика (Brewster et al., 2017). Обидувајќи се ја да избегнат дискриминацијата, поединците понекогаш се стремат кон промена на својот изглед, преку козметички процедури, диети или физички активности. На краток рок, овие стратегии можат да изгледаат како решение, но со текот на времето можат да имаат штетни ефекти како врз телесната, така и врз менталната благосостојба (Brewster et al., 2019).

Покрај тоа, стравот од тоа да бидат осудени, може да ги натера луѓето да избегнуваат одредени социјални ситуации и со тоа се намалува нивната лична и професионална активност и може дополнително да ја зголеми изолацијата (Brewster et al., 2017). На тој начин, перцепцијата на телесната слика кај малцинските групи се обликува во контекст на постојан социјален притисок и структурна нееднаквост.

1.3. Развој на телесната слика и родови разлики кај адолесцентите

Теоријата на Ерик Х. Ериксон за развојот на идентитетот, претставува еден од најзначајните теоретски пристапи за разбирање на психосоцијалниот развој на адолесцентите (Erikson, 1968). Според Ериксон, адолесценцијата е критичен развоен период во кој поединецот се соочува со „криза на идентитетот“, поточно се соочува со состојба која вклучува интензивни внатрешни дилеми и конфликти поврзани со самоопределувањето и конструирањето на кохерентен и стабилен идентитет. Во оваа фаза младите истражуваат

различни аспекти на својата личност, вредности и животни цели, со цел да направат интеграција на сите овие елементи. (Erikson, 1968).

Социјалната средина има централна улога во овој процес, бидејќи семејството, врсничките групи, како и поширокиte општествени структури директно влијаат врз развојот на идентитетот (Kemph, 1969). Телесната слика, како суштинска компонента на самоперцепцијата, е исклучително значајна во адолесценцијата, период кој се карактеризира со интензивни физички промени и зголемена чувствителност кон сопствениот изглед. Истражувањата покажуваат дека перцепцијата на сопственото тело значајно влијае врз самодовербата и квалитетот на социјалните интеракции (Paxton et al., 2006; Harter, 2012). Успешната интеграција на идентитетот, може да ја отежни негативната слика за телото, зголемувајќи го ризикот од конфузии на улоги и пониска самопочит (Neumark-Sztainer et al., 2006; Stice, 2002).

Ериксон (Erikson, 1968) нагласува дека идентитетот не е статичен, туку тој е процес којшто е динамичен и кој продолжува низ целиот животен циклус. Со самото тоа, дополнително се потенцира важноста на адолесценцијата како период кој поставува темели за натамошниот психосоцијален развој (Kemph, 1969). Во оваа смисла, концептот на телесна слика може да се разгледува како индикатор за психолошката и емоционалната благосостојба на адолесцентите, но и како фактор кој посредува во нивниот процес на формирање на идентитетот (Neumark-Sztainer et al., 2006; Paxton et al., 2006).

Висок процент од адолесцентите, особено адолесцентките, се незадоволни од своето тело (Neumark-Sztainer et al., 2006; Harter, 2012). Ова големо незадоволство во критичниот период на формирање на идентитетот е загрижувачко, бидејќи телесната слика, сликата што адолесцентот ја има за себеси и самодовербата се тесно поврзани (Paxton et al., 2006). Лонгитудиналните истражувања покажуваат дека ниското задоволство од телото во раната и средната адолесценција предвидува подоцна појава на ментални тешкотии, вклучувајќи ги и пониската самодоверба, како и појава на симптоми на депресија (Stice, 2002; Paxton et al., 2006).

Незадоволството од телото и фокусот на виткоста се препознаени како важни предиктори за ризик од можноста да се развијат пореметувања во исхраната, како и други ментални проблеми. Поради тоа, здравствените професионалци кои работат со адолесценти често изразуваат загриженост за високата застапеност на млади луѓе со ниско ниво на

задоволство од сопственото телото (Field et al., 1999). Ова укажува на потребата од навремени интервенции и превентивни стратегии, кои ќе бидат насочени кон зајакнување на позитивната телесна слика кај младите.

Сепак, важно е да се разгледа и можната позитивна улога на незадоволството од сопственото тело, на еден начин како мотиватор за здрави навики. Некои истражувачи, како Хајнберг и соработниците (Heinberg et al., 2010), укажуваат дека умерено незадоволство од телесниот изглед кај лица со просечна или натпросечна телесна маса може да поттикне грижа за здрава исхрана и редовна физичка активност. Односот помеѓу незадоволството од телото и здравите стратегии за контрола на телесната тежина може да се прикаже преку обратна U-обликна крива, поточно кога незадоволството е многу ниско, мотивацијата за промени е ограничена, додека екстремното незадоволство често води кон чувство на безнадежност или кон штетни навики за губење на тежината.

Развојот на телесната слика кај адолесцентите претставува комплексен и динамичен процес, кој има силно влијание врз психолошкото и социјалното функционирање кај младите (Wertheim, Paxton & Blaney, 2004). Овој процес е резултат на интеракцијата помеѓу биолошките, социокултурните и психолошките фактори, кои заедно го формираат начинот на кој младите го перципираат и оценуваат својот изглед (Paxton, Eisenberg & Neumark-Sztainer, 2006). Иако постојат одредени сличности во искуствата, постојат и јасни родови разлики во однос на насоката, интензитетот и природата на незадоволството од своето тело.

Во однос на телесната слика и родовите разлики, истражувањата укажуваат дека кај момчињата, уште од 1960-тите години, постои изразено незадоволство од сопствениот изглед, особено во однос на мускулната големина и тонусот (McCabe & Ricciardelli, 2004). За разлика од девојките, момчињата имаат поширок спектар на телесни идеали и истите вклучуваат желба за зголемување на мускулатурата, одржување на постојаната тежина или намалување на телесната маса. Оваа разновидност ја прави нивната загриженост по комплексна и повеќедимензионална (Ricciardelli & McCabe, 2011).

Формирањето на мускулестиот телесен идеал започнува уште во детството, на возраст од шест до седум години, постепено се интензивира за време на адолесценцијата и го достигнува својот врв на почетокот на зрелоста (Ricciardelli & McCabe, 2007). Покрај стремежот кон зголемена мускулатура, голем број од момчињата изразуваат загриженост и за телесната тежина, особено во контекст на зголемената телесна маса (Slater & Tiggemann,

2010). За постигнување на своите телесни цели, тие применуваат различни стратегии, односно од здрави навики, како редовно вежбање и контрола на исхраната, па се до употреба на лаксативи или предизвикување на повраќање (Ricciardelli & McCabe, 2004). Некои момчиња комбинираат пристапи, при што настојуваат да ја зголемат мускулатурата во горниот дел од телото, додека истовремено се стремат кон намалување на маснотиите во долниот дел од телото (McCabe et al., 2009).

Покрај естетската компонента, момчињата често го вреднуваат и функционалниот аспект на телото, односно неговата физичка издржливост и способност, особено кога станува збор за спортски контексти (Grogan & Richards, 2002). Спортот за нив претставува средство за натпреварување и социјална споредба, што има значајна улога во нивниот развој, како и во оформувањето на социјалната позиција (Jones, Vigfusdottir & Lee, 2004). Иако момчињата поретко отворено изразуваат незадоволство од својот изглед, тоа не значи дека таквото незадоволство е отсутно, напротив честопати е прикриено зад позитивен став или насочено кон други аспекти на телото (Frisen & Holmqvist, 2010).

Еден од најекстремните облици на загриженост за телесниот изглед кај момчињата е „мускулната дисморфија“ или „обратна анорексија“, состојба во која лицето се плаши дека е премало или недоволно мускулесто, па дури и во ситуации кога има значителна мускулна маса (Anderson-Eve, 2015). Ова нарушување може да предизвика висок степен на психолошки стрес и социјална изолација и често се поврзува со други ментални нарушувања, како и со злоупотреба на анаболички стероиди (Ricciardelli & McCabe, 2004). Истражувањата покажуваат дека од 1% до 12% од момчињата во период на адолесценција користат стероиди, додека уште поголем процент применуваат и други суплементи, како креатин и протеински прашоци, со цел да ја зголемат својата мускулатура (McCabe et al., 2009).

Од културен аспект, стремежот кон мускулесто тело не е ограничен само на западните земји, туку е забележан и во различни културни контексти ширум светот (Ricciardelli & McCabe, 2011). Ова е во согласност со еволутивната важност на физичката сила и способност, кои гледано историски биле клучни за преживување и извршување на активности, доминирани од машки улоги (Paxton, Eisenberg & Neumark-Sztainer, 2006). Сепак, во одредени култури, како што се тонганската и фијанската, зголемената телесна

тежина не е придружена со истата доза на незадоволство како што е тоа случај во западните општества (McCabe et al., 2009).

Телесната слика кај девојките има исто така свои специфичности. Кај нив почесто се забележува желбата за постигнување тенка фигура, придружена со силен социјален притисок да се достигне одреден идеал. Во екстремни ситуации, истото може да резултира со појава на сериозни нарушувања во исхраната, како анорексија и булимија (Jones, Vigfusdottir & Lee, 2004). Желбата за слабо тело и практикувањето рестриктивни диети се забележани кај девојки од различни култури и социоекономски слоеви. Во поново време, се забележува и пораст на интересот кај девојките и за мускулест и тониран изглед (Slater & Tiggemann, 2010).

Во однос на незадоволстовото од телесната слика во адолесценцијата, кај девојчињата, таа се должи на сложена интеракција меѓу биолошки, социокултурни и психолошки фактори (Wertheim, Paxton & Blaney, 2004). Според биопсихосоцијалниот модел, овие три аспекти се поврзани и во заедничка интеракција влијаат врз тоа како една девојка ја доживува и ја перципира својата телесна слика.

Од биолошка перспектива, телесната слика е тесно поврзана со физичките карактеристики и развојот на телото (Paxton, Eisenberg & Neumark-Sztainer, 2006). На пример, телесната маса и форма, кои се делумно одредени генетски, можат да влијаат врз перцепцијата на телото кај една девојка. Девојките често чувствуваат незадоволство кога нивното тело не се вклопува во општо прифатените стандарди за убавина, кои во многу култури го нагласуваат тенкото и затегнатото тело како идеал (Cafri et al., 2005). Покрај тоа, различни физички особености како што се: боја на кожа, облик на лице, тип на коса, па дури и состојби како акни или опаѓањето на косата можат значително да влијаат врз тоа како девојките го доживуваат сопствениот изглед (Myers & Crowther, 2009).

Пубертетот е значаен во овој процес бидејќи телото во тој период брзо се менува, а социјалните норми често вршат притисок врз девојките да се вклопат во одредени стандарди. Кога овие физички промени се во спротивност со културните очекувања за убавина, тоа може да предизвика зголемено незадоволство, како и негативна телесна слика (Wertheim & Paxton, 2011). Во овој период се зголемува процентот на телесна маса, се менуваат големината на градите и колковите, како и други телесни делови како рацете, нозете и цртите на лицето (Wertheim & Paxton, 2011). Дополнително, се јавуваат и други

карактеристики и промени, како што се: појава на влакна под пазувите и на нозете, појава на акни и почеток на менструацијата (Paxton et al., 2006).

Хормоналните промени исто така можат да предизвикаат нови емоционални реакции, што за девојките понекогаш е тешко да се прилагодат на истите (Neumark-Sztainer, 2005). Девојките мораат да се справат со овие промени за релативно краток временски период, со или без поддршка од страна на околината. Недостатокот на информации за пубертетските промени може дополнитлно да доведе до забуни или дури и појава на страв и срам (Rodgers & Chabrol, 2009). Некои девојки може да ги сфатат овие промени како „зголемување на телесната тежина“ наместо како нормален дел од процесот на созревање (Paxton et al., 1999).

Дополнително, промените на телото понекогаш се доживуваат како „губење на контрола“ (Myers & Crowther, 2009). Понекогаш идејата за тоа што значи да се „стане жена“ може да пробуди страв кај девојките, доколку не се чувствуваат подготвени за очекувањата што ги поврзуваат со оваа фаза од животот (Smolak & Thompson,2009). Особено предизвикувачки е кога девојките забележуваат разлики помеѓу сопствениот развој и развојот на останатите врсници. Раното созревање, на пример на градите и колковите, доколку се развијат порано од врсниците, или пак доцното созревање, како што е доцниот почеток на менструацијата, може да предизвикаат незадоволство кај девојката, особено доколку се споредува со другите (Paxton et al., 2006). Во овој период кога социјалните врски и прифатеноста од врсниците стануваат многу важни, чувството дека „не се вклопуваш“ може да создаде дополнителен притисок (Paxton et al., 1999).

Пубертетските промени исто така можат да ја зголемат ранливоста на девојките за други ризик фактори. Истражувања покажуваат дека девојките кои почнуваат со добивање на менструација се почесто загрижени за слабеење, особено ако истовремено започнуваат и романтични врски (Rodgers & Chabrol, 2009). Во некои студии, раниот почеток на менструацијата е поврзан со поголемо незадоволство од телото, што најмногу се објаснува со физичките промени и зголемувањето на телесната тежина во пубертетот (Paxton et al., 2006). Овие промени често ги оддалечуваат девојките од културните идеали кои ја нагласуваат тенкоста како пожелна, што може дополнително да ги зголеми нивните негативни чувства кон сопственото тело (Cafri et al., 2005).

Неизбежни се социокултурните влијанија, во однос на обликувањето на стандардите за убавина и перцепцијата за важноста на изгледот кај младите девојки (Cafri et al., 2005). Овие влијанија се пренесуваат преку различни извори, од медиумите и популарната култура, па се до непосредните социјални контакти со родители, врсници и наставници (Rodgers & Chabrol, 2009). Мас-медиумите, вклучувајќи ги телевизијата, списанијата, рекламите и социјалните мрежи, исто така често промовираат нереални идеали за телесна убавина, како тенка и затегната фигура, која за многу адолесцентки е недостижна (Cafri et al., 2005).

Живеењето во средина која го нагласува овој идеал и постојаното потсетување на девојката дека не го исполнува истото, го зголемува ризикот од развивање на негативна телесна слика (Myers & Crowther, 2009). Во адолесценцијата, влијанието на врсниците станува особено силно, а споредбите со идеализирани изгледи од медиумите дополнително го засилуваат чувството на незадоволство од сопственото тело (Paxton et al., 1999).

Покрај медиумите, семејството и родителите имаат значајна улога. Родителите, особено мајките, преку своите ставови и однесувања кон сопсветното тело и тежина, директно или индиректно влијаат врз самопочитувањето на девојките (Rodgers & Chabrol, 2009). Критичките или охрабрувачките коментари за телото, често се поврзуваат со поголема незадоволство од телото кај девојките (Paxton et al., 1999). Една од клучните когнитивни механизми е интернализацијата на „тенкиот идеал“, односно тоа претставува процес во кој девојките ги усвојуваат културните стандарди дека тенкоста е знак на убавина и лична вредност (Cafri et al., 2005). Ова води кон постојани споредби со другите и објективизаација на сопственото тело, што дополнително го зголемува ризикот од нарушувања во исхраната и други психолошки проблеми (Myers & Crowther, 2009).

Долгорочните истражувања покажуваат дека телесната слика има тенденција да остане стабилна во текот на адолесценцијата, што ја нагласува важноста за преземање на превентивни мерки и рани интервенции (Wertheim, Paxton & Blaney, 2004). Иако не постојат универзални фактори кои предвидуваат нарушувања во телесната слика, зголемувањето на телесната тежина и интернализацијата на тенкиот идеал се меѓу најконзистентните ризици (Paxton et al., 2006). Други фактори, како влијанието на медиумите, социјалниот притисок и поддршката од околината, имаат варијабилни ефекти и бараат натамошно дополнително истражување (Rodgers & Chabrol, 2009). По сето наведено, родовите разлики во телесната

слика се очигледни: девојките најчесто се фокусираат на слабеењето и на естетскиот аспект, додека кај момчињата телесниот идеал е повеќедимензионален, вклучувајќи функционалност, мускулно тело и во одредени ситуации, слабеење (Ricciardelli & McCabe, 2007). Овие разлики се резултат на комбинација од социјални улоги, културни очекувања и биолошки фактори, кои заеднички влијаат на начинот на кој младите го перципираат и доживуваат сопственото тело (Frisen & Holmqvist, 2010).

2. СУШТИНСКИ ОПРЕДЕЛБИ НА СЕКСУАЛИЗАЦИЈАТА

2.1. Дефинирање на сексуализацијата

Здравата сексуалност претставува клучна компонента на физичкото и менталното здравје. Како што истакнува Сатчер (Satcher, 2001), кога е изградена врз заемна согласност и почит меѓу партнерите, тоа придонесува за интимност, поврзаност и заедничко задоволство. Наспроти тоа, сексуализацијата означува наметнување на возрасна сексуалност врз деца и млади лица, уште пред тие да имаат психички, емоционален или физички капацитет да се справат со истата таа. Важно е да се нагласи дека терминот не се однесува на спонтана сексуална игра кај децата, ниту на едукативни содржини за сексуалност приспособени за одредена возраст. Потребно е да се биде внимателен со користењето на поимот „сексуализација“, со цел да не се третира секој облик на детска сексуалност како погрешен или проблематичен.

Терминот „сексуализација“ се користи за да се опишат различни трендови во современата култура на продукција и консумација, каде што заедничкиот именител е користењето на сексуалните атрибути како мерка за вредноста на една личност (Zurbriggen et al., 2007). Иако сексуализирани слики постојат во рекламирањето и медиумската комуникација уште од појавата на мас-медиумите, сегашната појава се разликува од претходните по неколку клучни аспекти.

Најпрво, количеството на сексуализирани содржини и нивната присутност во секојдневниот живот е значително поголемо, за разлика од пред две децении. Современиот јавен простор е преполн со вакви визуелни и медиумски пораки, кои стануваат достапни и за најмладите групи на публика, однсоно за децата и адолесцентите, кои сè уште немаат доволна когнитивна и емоционална зрелост за да можат да ги разберат нивните значења,

или пак, да ги стават во соодветен контекст (McNair, 2002). Истовремено, ваквата содржина станува сè поексплицитна, при што границата меѓу „мејнстрим“ медиумите, како што се рекламите, музичките видеа, филмските промоции и порнографските елементи станува сè потешко да се разграничи.

Дополнително, со оглед на доминантноста на визуелните претстави во медиумите, одредени општествени категории како што се: род, класа, раса и возраст често се користат за создавање на слики богати со стереотипи, за тоа што значи да се биде „машко“ или „женско“. Овие претстави често се стереотипни, како на пример, ликот на „привлечната блондинка“ или „перверзниот постар маж“, каде што личноста се прикажува само преку своите сексуални особини и начини на однесување (Paasonen, 2007). Кај ликот на „блондинката“, медиумите дополнително ја поврзуваат нејзината вредност со изгледот и сексуалната привлечност, прикажувајќи ги како главни услови за прифаќање, успех и популарност.

Трето, во современите медиумски претстави сè почесто се забележува тенденција децата да бидат прикажувани на начин што асоцира на возрасна сексуалност, додека пак жените често се претставуваат на инфантилен, детинест начин. Оваа медиумска динамика доведува до бришење на јасната граница меѓу зрелоста и незрелоста во сексуален контекст, што резултира со нормализација на сексуализирањето на децата и индиректно поддржување на идејата дека децата може да се согледуваат како сексуални објекти (Sarikakis & Nguyen, 2009).

Сексуализација претставува припишување на сексуални карактеристики на личност или објект (Zurbriggen et al., 2010). Во современиот контекст, терминот најчесто се однесува на сексуалната објектификација на жените од страна на мажите, иако несомнено е тоа дека и жените можат да ги сексуализираат мажите (McCall, 2012). Американското психолошко здружение (APA, 2007) прави јасна разлика меѓу сексуализацијата и здравата сексуалност, нагласувајќи дека сексуализацијата ги вреднува луѓето единствено според нивната сексуална привлечност, ги објективизира како инструменти за сексуална употреба и ја применува сексуалноста во несоодветни контексти, како што е во случајот со децата.

Терминот сексуализација се користи во Обединетото Кралство и САД уште од средината на деветнаесеттиот век и истата низ времето добила повеќе значења. Првично, во XIX век, тој се однесувал на процесот на доделување граматички род (машки или женски)

на именки. Подоцна, во почетокот на XX век, сексуализацијата почнала да се користи за означување на насочувањето на еротските желби на луѓето кон одредени објекти или личности (Duschinsky, 2012).

Во 1980-тите години, терминот добил ново значење во американскиот контекст, кога новинарите и академската јавност започнале да го користат, со цел да ја опишат сè почестата појава на претставување девојчиња како сексуализирани субјекти во популарната култура. Еден од првите примери за тоа биле козметички производи, кои биле специјално наменети за млади девојчиња, пласирани од страна на компании за играчки. Родители и активисти тогаш остро реагирале, нагласувајќи дека со вакви практики девојчињата се поттикнуваат предвремено да го напуштат детството и да влезат во свет на сексуалноста (Melker, 2013).

Сексуализацијата се однесува на процес во кој вредноста на личноста се сведува исклучиво на нејзината сексуална привлечност или сексуално однесување, без да се земат предвид другите карактеристики (APA, 2007). Потоа, личноста се оценува според стандард кој ги изедначува физичката привлечност и „секси“ изглед (Zurbriggen, Ramsey, & Jaworski, 2007). Исто така, личноста е сексуално објективизирана, односно третирана како објект за сексуална употреба од други, наместо да се гледа како посебна индивидуа, со сопствена способност за одлучување (APA, 2007; Zurbriggen, Ramsey, & Jaworski, 2007).

Не мора да бидат присутни сите четири услови. Присуството на кој било од нив е знак на сексуализација (APA, 2007). Многу од истражувањата се фокусираат на третата компонента, односно на сексуалната објективизација (Zurbriggen et al., 2007). Четвртиот услов, наметнување на сексуалност, е особено значаен за децата (APA, 2007). Секој (девојчиња, момчиња, жени, мажи) може да биде сексуализиран, но кога кај децата се вметнува сексуалност на возрасни, таа најчесто не е избрана од нив, туку им се наметнува (Zurbriggen et al., 2007). Самостојното истражување на сопствената сексуалност не се смета за сексуализација според оваа дефиниција (APA, 2007). Постојат неколку компоненти на сексуализацијата кои ја разликуваат истата, од здравата сексуалност. Здрава сексуалност е важен дел од физичкото и менталното здравје, ја поттикнува интимноста, поврзувањето и заедничкото уживање и се темели на заемно почитување помеѓу партнерите (Satcher, 2001).

2.2. Учење и развој на сексуализацијата кај адолесцентите

Со почетокот на XXI век, јавната свесност во САД уште повеќе се насочила кон прашањето за сексуализацијата на жените и девојчињата, особено под влијание на тогашните феминистички движења. Се истакнува дека медиумското прикажување на млади, тенки и сексуално атрактивни жени во филмови, списанија, спорт и реклами, испраќа порака до младите девојчиња дека е социјално прифатливо да бидат третирани како сексуални објекти (Sidani, 2023; Roberts, 2014). Критичарите дополнително предупредуваат дека ваквите претстави не само што ја зајакнуваат културата на објективизација, туку и индиректно придонесуваат за нормализација на ставови што водат до злоупотреба на деца и сексуална експлоатација, вклувајќи ја и трговија со деца (Rubin & de la Baume, 2013).

Медиумите и популарната култура играат исто така значајна улога во процесот на сексуализација, преку континуирано претставување на жените како тенки и физички привлечни. Овој модел доведува до низа негативни психолошки последици, особено кај жените и девојчињата кои интернализираат нереални стандарди за убавина и веруваат дека мора да изгледаат како медиумските модели за да бидат сметани за атрактивни и привлечни (Melker, 2013; Sidani, 2023). Истражувањата укажуваат дека ваквите влијанија се поврзани со незадоволство од сопственото тело, анксиозност, депресија, нарушувања во исхраната, па дури и со појава на штетни навики како што е пушењето (Roberts, 2014; McCall, 2012).

Сепак, некои автори укажуваат дека сексуализираната култура не мора нужно да биде пасивно прифатена, бидејќи индивидуите можат да развијат критичка свесност и стратегии за медиумска писменост, како и здрави модели на сексуалност, преку кои ќе се заштитат од негативните ефекти на сексуализацијата (APA, 2007; Roberts, 2014). Особено проблематична е сексуализацијата кај младите, бидејќи развојот на сопствената сексуална идентификација е критична задача во периодот на адолесценција (Tolman, 2002; Zimmer-Gembeck & Helfand, 2008). Кога девојчињата се изложени на возрасна сексуалност предвремено, тоа може да ја наруши нивната способност да ги разберат сопствените желби, да носат рационални одлуки за интимни односи и да се заштитат од одредени ризици (APA, 2007; Zurbriggen et al., 2007). Исто така, социјалната перцепција често ја поврзува сексуалноста на жените со младешкиот изглед, што дополнително ја замаглува границата помеѓу сексуалната зрелост и детството (Fredrickson & Roberts, 1997; Aubrey, 2006).

Сексуализацијата на девојчињата се јавува во три меѓусебно поврзани сфери (Fredrickson & Roberts, 1997). Првата сфера е општествената, каде што културните норми, вредности и очекувања, често пренесувани и пласирани преку медиумите, промовираат сексуализирани претстави на девојчињата и жените, создавајќи впечаток дека тоа е нормално и прифатливо (Ward, 2002; Zurbriggen, 2007). Втората сфера е интерперсоналната, при што девојчињата можат да бидат третирани како сексуални објекти или да бидат охрабрувани да се однесуваат на таков начин од страна на семејството, врсниците и други влијателни личности (Fredrickson & Roberts, 1997; McKinley & Hyde, 1996). Третата сфера е самосексуализацијата, кога девојчињата внатрешно ги прифаќаат овие стандарди и самите се доживуваат како сексуални објекти (Fredrickson & Roberts, 1997; McKinley & Hyde, 1996; Moradi & Huang, 2008).

Теоријата на социјалното учење на Бандура (Bandura, 1977) обезбедува рамка за разбирање на овој процес. Младите луѓе учат и ги интернализираат социјално прифатливите начини на однесување преку набљудување на другите, особено на постари девојки, млади жени и медиумски модели (Bussey & Bandura, 1999; Huston & Wright, 1998). Со континуирана изложеност на сексуализирани модели, може да го интернализираат стандардот дека привлекувањето и сексуалната привлечност се примарни вредности. Истото може да резултира со незадоволство од телото, ниско самопочитување, нарушувања во исхраната и депресивни симптоми (APA, 2007).

Когнитивните теории објаснуваат дека децата и младите развиваат т.н. „когнитивни скрипти“, односно модели на однесување што ги учат преку набљудување и медиумски пораки (Huesmann, 1998). На пример, преку реклами или ТВ содржини може да заклучат дека „за да бидам прифатен морам да изгледам убаво“ или „да бидам силен значи да се однесувам грубо“. Овие пораки често дејствуваат и на несвесно ниво (Ahern, Bennett & Hetherington, 2008), или пак создаваат опасни врски помеѓу сексуалноста и претставите на деца (Paul & Linz, 2008).

Бидејќи ваквите стимули главно се примаат емоционално, а не рационално, пораките поврзани со позитивни чувства стануваат особено привлечни во пубертетот, кога младите се најчувствителни на награди и прифаќање од страна на врсниците (Mayo & Nairn, 2009). Објективизацијата претставува процес на претворање на личност во објект кој може да се користи, контролира и вреднува според физичките својства (Nussbaum, 1995). Луѓето

формираат верувања и значења за себеси и светот во одреден културен контекст, а медиумите играат важна улога во тоа, насочувајќи што да се вреднува и на кој начин (Gerbner et al., 1994). Културата одредува што се смета за прифатливо, па со тоа однесувањата прифатени во еден дел од животот стануваат легитимни и во други области без директна согласност од страна на луѓето (Baron, Straus et al., 1988). Овој принцип може да се примени и на сексуализацијата: прикажувањето на жени и девојчиња како сексуализирани објекти во медиумите води до нивна објективизација и во други сфери (Fredrickson & Roberts, 1997; APA, 2007; Tankard-Reist, 2010).

Во рамките на Теоријата на објективизација (Fredrickson и Roberts, 1997), авторите нагласуваат дека жените, особено девојчињата, во западните општества често се третираат и доживуваат како тела, наместо како целосни личности. Овој процес ги учи да се вреднуваат себеси според изгледот и физичките атрибути, што има значајни последици врз психолошкото здравје и сликата за телото кај нив. Сексуалната објективизација се манифестира преку секојдневни интеракции, односно преку сексуално гледање или флертување, коментари за телото, вознемирување, фотографирање на делови од телото, изложеност на сексуализирани медиуми, како и преку физичко насилство или злоупотребување (Fredrickson & Roberts, 1997). Тие искуства, кои често се надвор од контрола на жената, го поттикнуваат развојот на самообјективизација, при што жените почнуваат да се гледаат себеси од перспектива на трето лице и да се вреднуваат според тоа како другите ги перципираат и гледаат на нив (Fredrickson & Roberts, 1997; Calogero et al., 2010). Когнитивните и медиумските теории објаснуваат дека децата и младите усвојуваат такви модели на однесување преку набљудување на медиумите, реклами и социјални интеракции, што ја формира нивната перцепција за сопственото тело, како и нивните социјални улоги (Huesmann, 1998; Ahern, Bennett & Hetherington, 2008; Paul & Linz, 2008).

Медиумските пораки и културните норми дополнително ја зајакнуваат оваа перспектива, поттикнувајќи ги девојчињата постојано да се следат, да чувствуваат срам од телото и да се обидуваат да ги достигнат недостижните стандарди на изглед поставени од страна на медиумите (McKinley, 1999; Moradi et al., 2005; Polivy & Herman, 2002; Tolman et al., 2006).

Културната средина создадена преку овие практики, ја поттикнува интернализацијата на овие искуства и нивното применување врз себеси и на тој начин

овозможувајќи телата на жените постојано да бидат изложени и потенцијално објективизирани (Fredrickson & Roberts, 1997; Moradi & Huang, 2008).

2.3. Сексуализација и социјалните медиуми

Социјалните медиуми во денешно време претставуваат современа форма на комуникација. За разлика од традиционалните медиуми, каде што корисниците се претежно пасивни приматели на пораки, социјалните платформи (како Instagram, TikTok или Facebook) овозможуваат активна вклученост преку споделување фотографии, коментари и самопретставување. Оваа интерактивност може да создаде постојан притисок кај младите да го претставуваат сопствениот изглед во согласност со доминантните културни стандарди на привлечност.

Во рамките на Теоријата на објективизација (Fredrickson & Roberts, 1997), се смета дека токму овие медиумски средини го засилуваат процесот на самообјективизација, односно тенденцијата личноста да се набљудува себеси како „објект“ кој треба да биде проценет од другите врз основа на својот физички изглед. Социјалните медиуми, преку својата визуелна природа и системот на лајкови, следбеници и коментари, на одреден начин ја поттикнуваат оваа перспектива, бидејќи вредноста на корисникот често се мери според реакциите и коментарите на неговите објави.

Социјалните мрежи ја олеснуваат нормализацијата на сексуализирани содржини, поточно фотографиите и видеата со нагласен физички изглед или сексуален апел стануваат дел од секојдневната комуникација, што води кон интернализација на пораката дека изгледот и сексуалната привлечност се централни за идентитетот и социјалниот статус. Овој процес е особено чувствителен кај адолесцентите, бидејќи во период на развој и градење на сопствен идентитет, социјалните медиуми стануваат простор во кој тие учат каква вредност им се припишува врз основа на нивниот изглед, наместо да се препишуваат врз нивните лични квалитети или способности (Zurbriggen et al., 2007; APA, 2007).

Медиумското искуство на младите често вклучува содржини каде што жените се прикажани на сексуализиран и објективизиран начин. На телевизија, ваквите претстави се среќаваат кај речиси половина од женските ликови (Smith, Choueiti, Prescott, & Pieper, 2012), а во реалити-програми процентот на женски учеснички прикажани на ваков начин достигнува до 50% (Flynn, Park, Morin, & Stana, 2015). Во музичките видеа, жените почесто

се прикажуваат во провокативна облека и сексуализирани улоги, при што 71% од видеата на женски изведувачи содржат барем еден индикатор на сексуална објективизација (Aubrey & Frisby, 2011).

Магазините и видеоигрите дополнително ја засилуваат динамиката. Истражувањата покажуваат дека над половина од рекламите во списанијата сексуално ги објективизираат жените (Stankiewicz & Rosselli, 2008), додека кај видеоигрите женските ликови ретко се застапени, но кога истите се присутни, најчесто се претставени преку нагласена сексуалност (Beasley & Collins Standley, 2002; Dill & Thill, 2007).

Овие наоди укажуваат дека сексуализацијата е присутна во сите медиумски формати, почнувајќи од телевизија и музички видеа, до реклами, списанија и видеоигри и дека со самото тоа младите растат во средина каде објектификацијата на жените е постојано секојдневно присутна. Како што истакнуваат Фредриксон и Робертс (Fredrickson и Roberts, 1997), силата на овој феномен лежи токму во неговата постојаност и наметливост.

Сексуализираната визуелна содржина е широко распространета и на социјалните мрежи, каде често добива поголема интеракција, лајкови и коментари, во споредба со несексуализираните содржини кои може да се сретнат на социјалните мрежи (Bell, Cassarly, & McIntyre, 2018; Suárez-Álvarez et al., 2023). Таквата содржина обично прикажува жени во провокативна облека или со сексуално предизвикувачки позиции (Bell, Cassarly, & McIntyre, 2018).

Во овој контекст, сексуализираните медиумски содржини се однесуваат на слики или прикази каде што поединци, а тие се почесто жени, се претставени како сексуални објекти, со нагласување на делови од телото и нивната сексуална прифатливост (Aubrey & Frisby, 2011). Таквите претстави дополнително ја засилуваат пораката дека жените првенствено треба да бидат вреднувани според својот физички изглед и сексуална привлечност (Aubrey & Frisby, 2011). Изложеноста на овие содржини, како и нивната интернализација од страна на младите, може да предизвика сериозни негативни последици, како што се: зголемена депресија, самообјектификација, незадоволство од своето тело и намалено самопочитување, особено кај девојките (Zurbriggen et al., 2010).

И покрај обемното истражување за појавата и последиците од сексуализацијата на социјалните мрежи, значително помалку внимание се посветува на начините на кои младите се спротивставуваат на оваа појава. Сепак, социјалните мрежи можат да послужат како

простор каде што девојките и младите жени можат преку активности да ги изразат своите ставови и да покажат отпор на сексуализираните содржини (Lawrence & Ringrose, 2018). Ова е особено важно, бидејќи идентитетот што девојките го прикажуваат на интернет може директно да влијае врз нивниот поглед за себеси (Gonzales & Hancock, 2011; Valentine & Holloway, 2002). Следствено на наведеното, кога девојките активно се спротивставуваат на сексуализацијата онлајн, тие можат да бидат поуспешни исто така и во одбивањето на сексуализираните пораки и во нивниот секојдневен живот.

3. СУШТИНСКИ ОПРЕДЕЛБИ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ

3.1. Дефинирање на социјалните медиуми

Развојот на социјалните медиуми претставува постепен процес кој започнал со првите обиди за онлајн комуникација и формирање на виртуелни заедници. Првите форми на дигитална интеракција се појавиле со платформата Usenet во 1979 година, која овозможувала јавни дискусии меѓу корисниците (Kaplan & Haenlein, 2009, p. 61). Во доцните 1990-ти, преку платформи како Open Diary, започнало создавањето на онлајн дневници и блогови, што претставува основа за подоцнежните социјални мрежи. Брзиот технолошки напредок во почетокот на XXI век овозможил појава на платформи како MySpace (2003) и Facebook (2004), кои го утврдија терминот „социјални медиуми“ во современата комуникациска култура. Подоцна, концептот се проширил и кон виртуелни тридимензионални светови, како Second Life, кои овозможуваат интеракција преку дигитални аватари во симулирана средина (Kaplan & Haenlein, 2009, p. 62).

И покрај општата согласност дека платформи како Wikipedia, YouTube и Facebook спаѓаат во категоријата на социјални медиуми, сè уште не постои унифициран и систематски пристап за нивна категоризација. Дополнително, бидејќи секојдневно се појавуваат нови апликации, секоја таква класификација мора да биде доволно флексибилна за да ги опфати и идните апликации. За воспоставување на систематска шема, истражувачите се потпираат на теории од областа на медиумските студии и социјалните процеси, при што особено значајно е да се споменат концептите на социјално присуство и медиумско богатство.

Теоријата за социјално присуство (Short, Williams & Christie, 1976) укажува дека медиумите се разликуваат според степенот на акустички, визуелен и физички контакт што се овозможува меѓу комуникациските партнери. Меѓусебното влијание е поголемо, колку што е повисоко чувството на присуство. Слично, теоријата за медиумското богатство (Daft & Lengel, 1986) се однесува на тоа дека медиумите се разликуваат според количината информации што можат да ја пренесат во даден временски интервал и нивната ефикасност во намалување на она што е нејасно и несигурно. Во контекст на социјалните медиуми, овие теории кои се споменаа, овозможуваат првична основа за нивна класификација според степенот на социјално присуство и богатството на медиумот.

Во однос на социјалната димензија на социјалните медиуми, значајни се да се споменат поимите самопретставување и саморазоткривање. Според Гофман (Goffman, 1959), во секоја социјална интеракција луѓето имаат потреба да контролираат каква слика создаваат за себе пред другите, било дали имаат за цел да постигнат одредени придобивки, било за да изградат идентитет што е во согласност со нивната лична слика. Ова се манифестира и на онлајн просторот, каде што корисниците често создаваат лични профили или веб-страници со цел да се претстават во дигиталниот простор (Schau & Gilly, 2003). Таквата претстава најчесто се постигнува преку саморазоткривање, односно свесно или несвесно споделување лични информации, чувства или пак ставови, што одговараат на сликата што сакаат да ја проектираат. Во контекст на социјалните медиуми, ова значи дека може да се направи втора класификација, според степенот на саморазоткривање што го бара платформата и видот на самопретставување што го овозможува истата.

Комбинирањето на двете димензии, односно социјално присуство/медиумска богатост и самопретставување/саморазоткривање, овозможува создавање на класификација на социјалните медиуми (Kaplan & Haenlein, 2009, p. 62). Најниско ниво заземаат колаборативните проекти (на пр. Wikipedia) исто така и блоговите, бидејќи се претежно текстуални и овозможуваат интеракцијата да е ограничена. Следат заедниците за содржина (на пр. YouTube) и социјалните мрежи (на пр. Facebook), кои покрај текст овозможуваат и размена на слики и видеа. На највисоко ниво се наоѓаат виртуелните светови и онлајн игри (на пр. World of Warcraft, Second Life), чијашто цел е да го имитираат целокупното искуство на директна комуникација во една виртуелна средина. Од аспект на самопретставување и саморазоткривање, блоговите имаат повисоко ниво во споредба со колаборативните

проекти, бидејќи се повеќе ориентирани кон личниот израз отколку кон специфична содржина.

Кога станува збор за адолесценцијата, истата претставува развоен период важен за формирање на идентитетот, проследен со значајни физички, социјални, когнитивни и емоционални промени (Rickwood, Mazzer, & Telford, 2015). Во денешната дигитална ера, онлајн просторот и социјалните медиуми играат централна улога во општествените релации, формирањето на идентитетот и самовреднувањето (Odgers & Jensen, 2020).

Современиот медиумски пејзаж се одликува со континуиран развој и промени. Традиционалните медиуми, како што се телевизијата, филмовите и списанијата, постепено го губат својот интензитет на популарност во корист на медиумите кои се базирани на интернет. Особено, социјалните мрежи се издвојуваат од класичните медиуми затоа што овозможуваат интерактивна комуникација, односно можност за директна размена на содржини и поврзување со други корисници. Дополнително, нивната висока достапност преку паметни телефони и таблети овозможува постојан пристап до содржини, што резултира со значително зголемување на времето поминато онлајн (McQuail, 2010).

3.2. Влијание на социјалните медиуми

Истражувањата за влијанието на медиумите имаат корени во областа на масовната комуникација, којашто се формирала во 1920-тите како реакција на можноста за достапност до големата публика преку радио, весници и филмови (Valkenburg, Piotrowski, Hermanns, & de Leeuw, 2013). Масовниот аспект не се однесува само на бројот оние кои примаат информации, туку и на униформноста на консумирањето, влијанието врз сите примателi, како и анонимноста, која денес станува помалку релевантна од причина што денес е персонализиран пристапот кон медиумите.

Од 1980-тите, медиумите се индивидуализираат, а со појавата на интернетот се создава персонализирана форма на комуникација и истата е наречена масовна самокомуникација (Castells, 2007). Овој вид комуникација ја задржува способноста да достигне голема публика, но корисниците сами избираат што е она кое ќе го консумираат, независно од намерата на создавачот на таа содржина (McQuail, 2010). За разлика од традиционалната масовна комуникација, која го нагласува процесот на примање на

содржината, масовната самокомуникација исто така го вклучува создавањето на содржини и влијанието на медиумските продуценти врз нив самите (Castells, 2007).

Современата медиумска сцена се одликува со коегзистенција на класичната масовна комуникација и таканаречената масовна самокомуникација, која се реализира токму преку социјалните медиуми (McQuail, 2010; Castells, 2007). Теоретските модели за медиумски ефекти еволуирале од поедноставени, кои медиумското влијание го разгледувале како еднонасочен процес, па кон покомплексни и интерактивни пристапи кои ја нагласуваат активната улога на публиката (Liebert & Schwartzberg, 1977; Roberts & Bachen, 1981; Tannenbaum & Greenberg, 1968).

Современите истражувања се насочени кон проучување на динамичната поврзаност меѓу примањето и создавањето на медиумските содржини, како и нивното влијание, како на индивидуалното, така и на колективното однесување (Castells, 2007; McQuail, 2010). Некои од поранешните теории за медиумски ефекти, како што е Теорија на култивација (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 2002), смета дека долгорочното изложување на медиумски содржини, особено кога станува збор за телевизиски програми, „култивира“, односно развива кај публиката одредени верувања и перцепции за социјалната реалност, при што медиумите постепено го обликуваат начинот на размислување кај луѓето за светот. Повеќето современи теории, како што се оние предложени од Бандура (Bandura, 2009) и Слатер (Slater, 2007), ја истакнуваат интеракцијата помеѓу медиумските фактори (на пример, избор и обработка на одредени содржини) и немедиумските фактори (лични карактеристики и социјален контекст). Според овие пристапи, медиумските ефекти можат да се организираат и објаснат во пет главни карактеристики кои зборуваат за врската помеѓу медиумските и немедиумските фактори, како и условите под кои тие се јавуваат.

Една од најважните карактеристики е парадигмата на *селективност* и истата укажува на тоа дека луѓето обрнуваат внимание само на ограничен број на содржини и дека само тие содржини имаат потенцијал да влијаат врз нив (Klapper, 1960; Knobloch-Westerwick, 2015). Овој концепт ја нагласува активната улога на корисникот при изборот на медиумските содржини, кој се темели врз психолошките и социјалните потреби на самиот корисник (Katz & Lazarsfeld, 1955). Селективното користење на медиумите се обликува од три групи на фактори: лични, развојни и социјални (Valkenburg & Peter, 2013).

Личните фактори ги вклучуваат карактеристиките и моменталните психолошки состојби на корисникот и истите го насочуваат изборот на медиумска содржина. На пример, темпераментот, полот и личноста влијаат на претпочитувањата и истото можеме да го забележиме со тоа што мажите почесто избираат спортски, хорор и акциони содржини, додека пак жените претпочитаат романтични содржини (Knobloch-Westerwick, 2015; Oliver & Krakowiak, 2009). Исто така, одредени интереси, како што се потребата за агресивна содржина или потребата за когнитивно стимулирање, го насочуваат вниманието кон специфични типови на медиуми. Натаму, корисниците често пребаруваат информации што ги потврдуваат верувањата коишто ги имаат, но понекогаш се случува и да се изложуват на содржини што се спротивни на нивните ставови (Hart et al., 2009).

Развојните фактори се поврзани со возраста и со когнитивниот развој на поединецот. Луѓето може да се каже дека генерално претпочитаат медиумска содржина којашто е умерено различна од нивното искуство и разбирање (Valkenburg & Cantor, 2001). На пример, помалите деца често избираат едноставни и познати содржини, а за разлика од нив адолесцентите се најактивни корисници на социјалните медиуми и бараат содржини коишто содржат хумор, табуа или ризично однесување од нивното (Valkenburg & Peter, 2013a). Претпочитувањата во однос на содржината продолжуваат и во возрасната доба, при што повозрасните луѓе се насочуваат кон смирени и смислени содржини, додека пак помладите претпочитаат возбудливи, хорор или насилни содржини (Mares et al., 2008).

Социјалните фактори го обликуваат изборот на медиуми преку влијанието што се има од страна на: семејството, врсниците и институциите (Klapper, 1960; Nathanson, 2001; Webster, 2009). Покрај директното влијание што го имаат семејството и врсниците, медиумите помагаат во формирањето и одржувањето на социјален идентитет, особено кај адолесцентите, кои користат содржини за да научат повеќе за врсниците, групите и општествените норми. Токму на овој начин, медиумите обезбедуваат и задоволство кое е поврзано со социјалениот идентитет (Blumler, 1985).

Според Валкенбург и Петер (Valkenburg & Peter, 2013), медиумските ефекти не произлегуваат единствено од корисниците, туку и од карактеристиките на самите медиуми, кои можат да предвидат како тие ќе влијаат врз поединецот. Авторите издвојуваат три главни групи на медиумски својства: модалитет, содржина и структура. Модалитетот се однесува на формата на медиумската порака (текстуална, аудиовизуелна, визуелна),

којашто влијае на вниманието и процесот на учење. Содржинските својства ја опишуваат природата на медиумските пораки, како на пример, присуството на насилство, страв или привлечни карактери, кои го насочуваат изборот и реакцијата на публиката (Pratto & John, 1991). Од друга страна, структурните елементи, како визуелните и звучните ефекти, можат автоматски да го привлечат вниманието и да ја поттикнат мотивацијата за следење на содржината (Knobloch-Westerwick, 2015). Сепак, за подолгорочно задржување на вниманието, клучни се целите и личните искуства на корисникот, кои зависат од индивидуални и социјални фактори.

Овие карактеристики ја нагласуваат самата комплексност на медиумските ефекти и ја потенцираат интеракцијата меѓу медиумите и корисниците при формирањето на перцепциите, ставовите и однесувањето на поединецот, што е особено важно при истражување на адолесцентите и градењето на нивната телесна слика. Медиумските ефекти најчесто се индиректни, што значи дека влијанието на медиумите врз однесувањето или ставовите на поединецот се остварува преку посреднички променливи (McLeod et al., 2009; Petty & Cacioppo, 1986). Овој пристап е важен бидејќи објаснува како и зошто медиумите влијаат и дополнително помага при дизајнирање интервенции или превентивни програми во однос на истото (Holbert & Stephenson, 2003; Fishbein & Cappella, 2006).

Друга карактеристика на медиумските ефекти е дека тие се условени, односно нивната јачина и насока зависат, како од индивидуалните разлики, така и од социјалниот контекст (Valkenburg & Peter, 2013a; Rubin, 2009; Slater, 2007). Диспозициските фактори (лични карактеристики, темперамент), развојниот статус (возраст, когнитивни способности) и социјалниот контекст (врсници, семејство, општество) влијаат на тоа како медиумските содржини се обработуваат (Bandura, 2009; Valkenburg & Peter, 2013a; Petty & Cacioppo, 1986). Емотивната обработка се засилува преку идентификација со ликовите и вклученост во наративот (Slater & Rouner, 2002; Valkenburg & Peter, 2013a). Социјалниот контекст дополнително може да ја модерира перцепцијата на медиумите. Деца што растат во семејства каде што е прифатливо и нормализирано насилството можат поинаку да ја толкуваат медиумската насилна содржина и да бидат повеќе подложни на ефекти врз агресивното однесување (Schultz et al., 2001; Fikkers et al., 2013). Теоријата за конвергенција на контекст и содржина укажува на тоа дека медиумските пораки се поефективни кога

истите се усогласени со вредностите и нормите во одредено социјално опкружување (Valkenburg & Peter, 2013a).

Натаму, карактеристика на медиумските ефекти е дека тие се транзакциски, односно истите се резултат на заемни односи помеѓу корисниците, нивното селективно користење медиуми, факторите во нивната околина и исходите од медиумите (Bandura, 2009; Slater, 2007). Транзакциските ефекти се одвиваат преку меѓусебни интеракции: корисниците се менуваат преку своите избори и перцепции, а оние што ги продуцираат медиумски содржини се менуваат според перцепцијата на потребите и интересите на нивната публика (Webster, 2009).

Овие модели ја нагласуваат динамиката на медиумските ефекти, при што медиумската употреба и исходите од нејзиното користење можат да создадат позитивни или негативни повратни циклуси (Slater, 2007). Социјалниот контекст има клучна улога во обликувањето и модерирањето на медиумските ефекти, бидејќи влијанијата од семејството, врсниците и културната средина можат да ги засилат или да ги ублажат ефектите од медиумската експозиција. Дополнително, индивидуалните диспозиции и развојните фактори, како што се личноста, возраста и емоционалната зрелост, придонесуваат за тоа колку поединецот ќе биде подложен на промена под влијание на медиумите, или пак ќе успее да се врати кон психолошка рамнотежа, односно хомеостаза (Bandura, 2009; Valkenburg & Peter, 2013a).

3.3. Причини и последици на користењето на социјалните медиуми кај адолесцентите

Кај адолесцентите денес, гледањето на филмови и серии онлајн, како и активности на социјалните мрежи, никогаш не било полесно и поедноставно. Иако содржината на медиумите не ја одразува целосно реалноста, таа често се поставува како стандард според кој луѓето се споредуваат себеси со другите. Социјалните мрежи често се перципираат како да имаат негативни последици за адолесцентите, бидејќи тие создаваат нови виртуелни реалности кои можат да станат зависност и да ги наведат младите луѓе да поминуваат значително време на нив. Во зависност од извршените активности, количината на потрошено време и значењето и целта што им се придава, овие виртуелни светови можат да влијаат врз адолесцентите на различни начини (Valkenburg & Peter, 2011; Twenge, 2019).

Следствено, во денешно време луѓето поминуваат огромно количество време на интернет, особено преку користење на паметни телефони, кои нудат многу повеќе функции, освен само повици и испраќање на пораки. Користењето на интернет преку овие уреди е особено широко распространето. Во секојдневниот живот може да се забележи дека адолесцентите се тие кои го поминуваат најмногу своето време на паметните телефони, често сурфајќи на интернет. Поради лесната достапност на интернет преку паметните телефони, времето кое го поминуваат на истите се зголемува со брзо темпо. И покрај позитивните страни на ова, многу студии ја истражуваат проблематичната употреба на интернетот (Shapira et al., 2000).

Долготрајната изложеност на социјалните мрежи и проблематичната употреба на интернетот се поврзуваат со различни проблеми со менталното здравје, како што се емоционални нарушувања (депресија и анксиозност), нарушувања на сонот и симптоми слични на опсесивно-компулсивно однесување (Dalbudak et al., 2013). Во последно време, истражувањата посветуваат внимание и на односот помеѓу користењето на интернет и перцепцијата за телото (Carter, Forrest, & Kaida, 2017; Bair, Kelly, Serdar, & Mazzeo, 2012). Меѓу адолесцентите, загриженоста за телесниот облик е многу честа (Confalonieri, Gatti, Ionio, & Traficante, 2008), бидејќи физичките промени коишто се случуваат во периодот на пубертет, го зголемуваат незадоволството од сопственото тело (Arim, Shapka, & Dahinten, 2006). Затоа, проблематичната употреба на интернет кај адолесцентите може да има силен негативен ефект врз задоволството од своето тело, како и самопочитта во врска со телесниот изглед.

Мета-анализите укажуваат дека изложеноста на идеализирани слики на тенки тела во списанија и на телевизија е поврзана со зголемено незадоволство од телото кај жените (Grabe, Ward, & Shibley, 2008). Времето поминато на интернет, а особено на социјални мрежи како Facebook, е поврзано со понегативна перцепција за сопственото тело кај возрасни жени и адолесцентки (Fardouly & Vartanian, 2015; Tiggemann & Slater, 2013). Оваа врска може да се објасни со тоа што медиумите промовираат идеализирани и следствено на тоа, нереални стандарди за убавина.

Покрај тоа што предложените облици, како и тежината на телото се недостижни за една просечна личност, гледачите на истите ги перципираат овие идеализирани слики како „реалност“ (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, & Shanahan, 2002). Тоа ги тера да го сметаат

предложениот идеал за социјален стандард на привлечност и да се чувствуваат незадоволни од самите себе (O'Brien, 2015). Особено ова е изразено во периодот на адолесценцијата, бидејќи адолесцентите често се впуштаат во социјални споредби со цел да ја подобрат својата самопроценка во врска со сопственото тело (Carlson Jones, 2001). Социјалните споредби се однесуваат и на судењата што луѓето ги прават за своето тело, кога ќе го споредат со телото на другите. Споредувањето на своето тело со идеализираните стандарди на убавина, кои ги промовираат медиумите, може да доведе до незадоволство од телото кај адолесцентите (Vartanian & Dey, 2013). Ова е од причина што тие идеализирани слики се перципираат како реални, но истите се недостижни (Carlson Jones, 2001).

Поновите истражувања се обидуваат да идентификуваат специфични фактори кои можат да посредуваат во врската помеѓу изложеноста на медиумите од една страна и незадоволството од изгледот од друга. Внатрешно усвојување на идеалите прикажани во медиумите, се покажало како еден од најважните механизми (Lawler & Nixon, 2011). Овој концепт се однесува на прифаќањето на медиумските идеали за изглед, нивното поставување како лична цел, како и стремењето на поединците да ги следат овие идеали и да се споредуваат со идеализираните модели во медиумите. Внатрешното усвојување на медиумските стандарди се смета дека е поттикнувач на незадоволство од сопствениот изглед, бидејќи личното прифаќање на медиумските идеали го истакнува јазот помеѓу недостижниот медиумски идеал и сопствениот изглед, што води до чувство на незадоволство (Rodgers, McLean, & Paxton, 2015).

Понатаму, адолесцентите можат да ги користат медиумските содржини како извор на информации за тоа како да го подобрат својот изглед и да се споредуваат со медиумските модели за да постават стандарди кон кои ќе се стремат (Rousseau, Eggermont, & Rodgers, 2017). На тој начин, внатрешното усвојување на медиумските идеали и споредбите можат да делуваат како фактори кои на некој начин ја одржуваат загриженост за телесната слика.

Иако социјалните мрежи носат и свои позитивни ефекти, како учење и подобрена врска со врсниците (Bourgeois et al., 2014; Weinstein, 2018; Lai et al., 2018), мнозинството истражувања ги истакнуваат и негативните последици. Квантитативни студии го поврзуваат користењето на социјалните медиуми со состојби како депресија и анксиозност, потоа самоповредување, ниска социоемоционална благосостојба, ниска самодоверба и негативна слика за своето тело (Twenge & Farley, 2021; Frison & Eggermont, 2017; Vuong et

al., 2021; Booker et al., 2018). Квалитативните истражувања со фокус-групи укажуваат дека адолесцентките често вршат споредби коишто се засновани на изглед, што дополнително ги влошува перцепциите за своето тело (Burnette et al., 2017; Mahon & Hevey, 2021).

Адолесцентите сè почесто го користат своето време на паметните телефони за активности поврзани со социјалните мрежи, посебна категорија на социјални медиуми кои овозможуваат интеракција и самопрезентација во онлајн средина. Платформи како Facebook, Snapchat и Instagram им овозможуваат на корисниците да креираат профили, да споделуваат фотографии, да даваат свои мислења, да објавуваат видеа, како и да воспоставуваат меѓусебни врски преку размена на реакции и коментари. Таквите можности за постојана социјална интеракција ја зголемуваат важноста на начинот на кој младите се претставуваат и се доживуваат себеси во дигиталниот простор (Perloff, 2014).

За разлика од традиционалните медиуми, современите социјални мрежи им овозможуваат на адолесцентките активно да учествуваат во процесот на создавање и споделување на сексуализирани слики од себе, при што веднаш добиваат повратни реакции од своите врсници. Истовремено, тие се изложени и на содржини од пријатели и познаници кои исто така можат да прикажуваат идеализирани и сексуализирани претстави (Ringrose et al., 2013; Mascheroni et al., 2015). Ваквите слики, иако изгледаат „реални“, често се уредени и селектирани, што создава искривена слика за тоа како треба да изгледа „вистинското тело“. Со зголеменото користење на платформи како Facebook и Instagram, младите девојки стануваат се’ повеќе подложни на споредби со ваквите претстави, што може да резултира со незадоволство од сопствениот изглед. Истражувањата покажуваат дека адолесцентките кои често објавуваат „селфи“ фотографии и посветуваат време на нивно уредување, имаат поголема веројатност да доживуваат незадоволство со своето тело и пониска самодоверба (McLean, Paxton, Wertheim, & Masters, 2015).

Со зголемување на популарност на социјалните мрежи, истражувачите почнуваат да истражуваат какви последици можат да имаат овие нови медиумски формати врз перцепцијата за телото. Социјалните мрежи се разликуваат од традиционалните медиуми по неколку карактеристики кои би можеле да влијаат на перцепцијата за телото. Најпрвин, тие го вклучуваат и самите корисници, а не само модели и славни личности (Manago et al., 2008; Zhao et al., 2008). Второ, луѓето често поставуваат идеализирана верзија на себе, објавувајќи само најпривлечни фотографии и уредувајќи ги или бришејќи ги оние што ги

сметаат за непријатни (Manago et al., 2008; Zhao et al., 2008). Трето, иако социјалните мрежи содржат различни типови на луѓе (пријатели, семејство, непознати, славни личности), тие најчесто се користат за интеракција со врсниците (Hew, 2011), а истражувањата покажуваат дека споредбите со врсници имаат посилен ефект врз перцепцијата за сопственото тело (Carey et al., 2014).

3.4. Социјалните медиуми и менталното здравје кај адолесцентите

Менталното здравје се дефинира како благосостојба, во која поединците го препознаваат својот потенцијал, успешно се справуваат со секојдневните предизвици, функционираат ефикасно и позитивно влијаат врз животот на другите (Karim, Oyewande, Abdalla, Chaudhry & Khan, 2020). Сепак, постои дебата за тоа дали социјалните медиуми имаат позитивно или негативно влијание врз менталното здравје (Martinsen, 2008). Количината и квалитетот на социјалните контакти значително влијаат врз менталното здравје, здравственото однесување и физичкото здравје (Martinsen, 2008).

Користењето на социјалните медиуми меѓу младите е речиси универзално. Истражувањата покажуваат дека до 95% од младите на возраст од 13 до 17 години користат барем една платформа на социјалните медиуми, при што повеќе од една третина изјавиле дека се активни „практично постојано“ (Vogels, Gelles-Watnick & Massarat, 2022). Иако 13 годишна возраст, често се наведува како минимална возраст за регистрација според правилата на платформите во САД, скоро 40% од децата на возраст од 8 до 12 години исто така користат социјални медиуми (Rideout, Peebles, Mann & Robb, 2022).

Развојот на мозокот е клучен фактор при проценка на ризикот за психолошка штета кај адолесцентите. Во периодот од 10 до 19 години, мозокот е особено чувствителен на социјални притисоци, мислењето на врсниците и споредбата со нив (Fuhrmann, Knoll & Blakemore, 2015; Blakemore & Mills, 2014; NASEM, 2019). Честото користење на социјални медиуми може да предизвика промени во амигдалата и префронталниот кортекс, што ја зголемува емоционалната чувствителност и влијае врз регулацијата на импулсите и емоциите (Romer, 2010; Kessler et al., 2007). Истражувањата покажуваат дека користењето на социјални медиуми во оваа фаза може да го намали задоволството од животот во одредени развојни периоди (Clark, Algoe & Green, 2018). Поради тоа, влијанието на социјалните медиуми врз менталното здравје адолесцентите бара внимателна анализа.

Влијанието на социјалните медиуми врз менталното здравје на адолесцентите зависи од времето поминато на платформите, видот на содржината кој се консумира, интеракциите и нарушувањето на здравите навики како што се сонот и физичката активност (American Psychological Association, 2023). Различните адолесценти реагираат различно врз основа на своите индивидуални способности, ранливости и социјално-културни фактори (Beyens, Pouwels, van Driel, Keijsers & Valkenburg, 2020; Hollis, Livingstone & Sonuga-Barke, 2020). Во однос на тоа, социјалните медиуми можат да имаат и позитивни и негативни ефекти врз психолошката благосостојба на младите (Uhls, Ellison & Subrahmanyam, 2017; Khalaf, Alubied, Khalaf & Rifaey, 2023).

Од аспект на Теоријата на социјална споредба (Festinger, 1954), изложеноста на социјалните медиуми може да има позитивни ефекти кога споредбата со другите предизвикува чувство на припадност и мотивира личен напредок. Неколку автори укажуваат дека онлајн интеракциите, особено преку платформи како Facebook, можат да поттикнат развивање на перцепирана социјална поддршка и емоционална поврзаност со другите корисници (Johnston et al., 2013; Zhang, 2017). Преку споделување лични искуства и изразување на емоции, поединците добиваат потврда и охрабрување од својата дигитална заедница, што може да придонесе за поголема самодоверба, задоволство од животот и подобро ментално здравје.

Дополнително, социјалните медиуми можат да имаат позитивно влијание врз менталното здравје на адолесцентите, обезбедувајќи чувство на заедница и можност за поврзување со врсници кои имаат слични интереси и идентитети (Orben, Przybylski, Blakemore & Kievit, 2022; Anderson & Jiang, 2018). Тие нудат простор за самоизразување, пристап до различни информации и одржување на пријателства, овозможувајќи позитивни интеракции и социјална поддршка, особено за маргинализираните групи, како што се малцинските сексуални и родови групи (Charmaraman, Hernandez & Hodes, 2022; Ybarra, Mitchell, Palmer & Reisner, 2015).

Иако позитивните ефекти од социјалните медиуми се значајни, истовремено се појавуваат и потенцијални негативни влијанија врз менталното здравје. Според теоријата за социјална споредба (Festinger, 1954), постојаната споредба со идеализирани онлајн претстави на другите може да предизвика чувство на незадоволство, намалена самодоверба и психолошки дистрес. Поединците кои редовно ги следат содржините на своите врсници

или јавни личности често се изложени на социјална споредба и барање на одобрување, што може да го намали нивното задоволство од животот и да го зголеми ризикот од појава на состојби како анксиозност или депресија (Radovic et al., 2017; Virden et al., 2014).

Децата и адолесцентите се изложени на екстремна, небезбедна и потенцијално штетна содржина на социјалните медиуми, која може да се шири преку директни пораки, непожелни содржини или алгоритми (Dyer, 2022; Carville, 2022). Таквата содржина е несомнено особено ризична за младите кои веќе имаат ментални здравствени тешкотии. Истражувањата покажуваат дека одредени платформи прикажуваат живи видеа на самоповредувачки дејства, што може да доведе до сериозни физички последици (Sumner et al., 2021; Dyson et al., 2016). Прикажувањето и дискутирањето на вакви содржини може да нормализира опасни појави, вклучувајќи формирање на самоубиствени идеи, или модели на самоповредување кои другите можат да ги следат (Dyson et al., 2016). Овие наоди укажуваат на висок ризик од штетни последици за менталното здравје на адолесцентите и ја потенцираат потребата за внимателно регулирање, како и едукација при користење на социјалните медиуми.

Овој процес е особено релевантен во контекст на адолесцентите, од причина што тие се во фаза на оформување на својот идентитет и се подложни на влијание од надворешни извори. Постојаното споредување и потрагата по надворешно одобрување преку онлајн комуникација може да доведе до емоционален стрес и ниско чувство на сопствена вредност, што го потврдува значењето на интерпретативните модели за социјална споредба (Stapel, 2007; Stapel & Koomen, 2000). Дополнително, честата изложеност на содржини на другите и интеракцијата со нив може да предизвика чувство на споредба и притисок за одобрување од страна на другите, што е поврзано со намалена самодоверба и повисоки нивоа на анксиозност или депресија (Radovic et al., 2017; Virden et al., 2014).

Социјалните медиуми исто така нудат можност за активно конструирање на онлајн идентитет, при што поединците често настојуваат да го прикажат себеси во што поповолно светло, различно од нивната реална, офлајн личност (Hanna et al., 2017; Reich, 2010). Овој процес вклучува селективно споделување содржини, избор на атрактивни слики и презентација на лични карактеристики по желба, што може да резултира со неавтентична, идеализирана претстава за себеси.

Онлајн самопретставувањето кај адолесцентите често води кон селективно прикажување на сопствената личност на начин кој е идеализиран и различен од реалниот, офлајн идентитет. Овој процес може да го зголеми чувството на самообјективизација и постојаната социјална споредба, особено кај млади кои се чувствителни на надворешна потврда (Festinger, 1954; Stapel, 2007; Stapel & Koomen, 2000; Baxter Magolda, 2008). Социјалните медиуми, како платформи за презентирање на идеализиран идентитет, создаваат ситуации каде што корисниците се изложени на вреднување и споредба од другите, што може да влијае на нивното ментално здравје и емоционална благосостојба. Адолесцентите можат да се споредуваат со врсници кои ги перципираат како „помалку успешни“ или „подобар од нив“, што резултира со позитивни или негативни психолошки реакции, вклучувајќи мотивација и чувство на благодарност, или пак завист, незадоволство и зголемен стрес (Garcia & Halldorsson, 2018).

Прекумерната и проблематична употреба на социјалните платформи, особено кога станува збор за компулсивна или неконтролирана употреба, е поврзана со нарушувања на спиењето, проблеми со вниманието и чувство на исклученост (Shannon et al., 2022; Boer et al., 2020; Franchina et al., 2018). Спиењето е од непроценлива важност за здрав развој на мозокот во адолесценцијата, а лош квалитет на сон и намалена должина на спиење се поврзани со промени во невролошкото развивање, и појава на симптоми на депресија и мисли или обиди за самоубиство (Telzer et al., 2015; Liu et al., 2020). Истражувањата укажуваат дека голем дел од адолесцентите користат дигитални уреди до полноќ или по полноќ, при што социјалните медиуми се најчесто користените апликации (Shannon et al., 2022). Овие наоди ја потенцираат важноста на внимателна контрола и едукација за користење на социјалните медиуми со цел заштита на психолошката благосостојба на младите.

3.5. Користење на социјалните медиуми денес

Наодите на Pew Research Center (2024) покажуваат дека речиси сите американски тинејџери користат YouTube – околу 90 %, при што повеќе од две третини (73 %) го посетуваат секој ден, а околу 15 % го користат многу интензивно. TikTok е втората најпопуларна платформа, со 63 % од тинејџерите како активни корисници; кај девојките, приближно една петтина (19 %) го користат особено често (AP News, 2024). Овие бројки

укажуваат на потенцијална изложеност на визуелни и сексуализирани содржини, особено кај младите девојки. Од друга страна, момчињата најчесто покажуваат зголемена активност на YouTube, што укажува на родови разлики во начинот на користење на медиумите.

Покрај тоа, речиси сите адолесценти денес (95 %) имаат пристап до паметен телефон, што значи дека медиумската изложеност е постојана и практично неограничена (University of Minnesota Extension, 2024).

Кога станува збор за најпопуларните социјални мрежи, Facebook и понатаму има водечка позиција, со повеќе од две милијарди активни корисници месечно ширум светот уште во 2017 година. Истражувањата покажуваат дека дури 98 % од студентите на западните универзитети во 2016 година пријавиле дека имаат Facebook профил (Lo Coco et al., 2018).

Во однос на Instagram, платформата наменета за споделување фотографии и видеа, нејзината популарност доживеа значителен раст, достигнувајќи повеќе од 600 милиони активни корисници кои секојдневно објавуваат над 95 милиони фотографии. Денес Instagram се смета за втората најкористена социјална мрежа во западниот свет, веднаш по Facebook.

II ДЕЛ

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕ

1. Проблем на истражување

Проблемот на емпириското научно истражување е насочен кон испитување на предиктивната врска на социјалните медиуми, сексуализацијата и полот со формирањето на телесната слика кај адолесцентите во државата. Истражувачки, проблемот е фокусиран на анализа на тоа во која мера изложеноста на социјални медиуми, доживеаната сексуализација и полот можат да ја предвидат перцепцијата на телесната слика кај адолесцентите.

1.1. Научна цел на истражувањето

Научната цел на поставеното истражување е предиктивна и се состои во утврдување на тоа дали изложеноста на социјалните медиуми, сексуализација и полот можат да се појават како значајни предиктори на перцепцијата на телесната слика кај адолесцентите. Истражувањето ќе се реализира со примена на корелациска анализа, диференцијална анализа и мултипла регресиона анализа.

Од оваа цел произлегуваат следниве истражувачки задачи:

- да се утврди дали постои статистички значајна поврзаност меѓу изложеноста на социјални медиуми и телесната слика кај адолесцентите;
- да се испита поврзаноста меѓу доживеаната сексуализација на телото и телесната слика;
- да се утврди дали полот значајно ја предвидува перцепцијата за телесната слика;
- да се утврди дали изложеноста на социјални медиуми, сексуализацијата и полот заеднички предвидуваат (прогнозираат) перцепција на телесната слика кај адолесцентите преку примена на мултипла регресиона анализа;
- да се утврди дали постои разлика во телесната слика меѓу машки и женски адолесценти;
- да се утврди дали постои разлика во телесната слика кај адолесценти со висока и ниска изложеност на социјални медиуми;

• да се идентификуваат најсилните поединечни предиктори на телесната слика од испитуваните променливи.

1.2. Практична цел на истражувањето

Практичната цел на ова истражување е да се обезбедат препораки и интервенциски стратегии за употреба во образовните, психолошките и здравствените институции, со цел унапредување на позитивната телесна слика кај адолесцентите и справување со негативните влијанија што ги имаат од страна на социјалните медиуми и сексуализацијата на телото. Поконкретно:

• да се развијат едукативни програми и работилници во училиштата и центрите за ментално здравје кои ќе го адресираат влијанието на социјалните медиуми и сексуализацијата врз телесната слика кај адолесцентите.

• да се подготват информативни материјали и прирачници за родители и наставници, кои ќе им помогнат да препознаат ризици поврзани со негативната телесна слика и да научат како да го поддржат адолесцентот во градење на позитивен однос кон сопственото тело.

• да се поттикне интердисциплинарна соработка меѓу психолози, педагози, медицински лица и семејства со цел создавање на безбедна и поддржувачка средина каде адолесцентите можат критички да ги проценуваат содржините од социјалните медиуми.

• да се осмислат и спроведат јавни кампањи за подигнување на свесноста кај млади луѓе за тоа како медиумските пораки влијаат врз нивната телесна слика.

• да се предложат политики за регулација на содржини наменети за млади со акцент на избегнување прекумерна сексуализација и нереални телесни стандарди.

2. Резултати од претходни истражувања

Според теоријата на социјална споредба која ја разгледуваат Грос, Левин и Мурнен (Groesz, Levine & Murnen, 2002), младите девојки често вршат споредби меѓу сопствениот изглед и медиумски претстави за „идеал за слабо тело“, што резултира со зголемено незадоволство од сопствениот изглед. Нивната мета-анализа опфатила 25 експериментални студии со вкупно 2 292 испитанички, главно млади девојки во адолесцентска возраст, изложени на медиумски содржини и контролни услови. Оваа теорија добива особено

значење во периодот на раната адолесценција, кога девојчињата започнуваат поинтензивно да се споредуваат со околината и медиумите, при што интернализираат идеализирани стандарди за убавина како критериум за социјално прифаќање.

Мејб, Форни и Кил (Mabe, Forney & Keel, 2014) преку експериментална студија покажуваат дека користењето на Facebook има влијание врз одржување на преокупираноста со тежината и формата на телото. Иако кај адолесцентите оваа преокупираност може да се јави и при изложеност на неутрални интернет содржини, Facebook како медиум што овозможува споредби со врсници, ја задржува актуелноста на оваа преокупација. Студијата опфатила 157 женски-учеснички. Ова е во согласност со социјално-когнитивните теории кои укажуваат дека споредбите со блиски социјални групи, какви што се врсниците на адолесцентите, имаат посилно влијание врз формирањето на самоперцепцијата, отколку споредбите со далечни медиумски фигури.

Разликата помеѓу медиумските претстави и социјалните мрежи како платформи за споредба ја нагласува Според Хју (Hew, 2011), кој укажува дека на Facebook споредбите се вршат со врсници, додека телевизиските медиуми претставуваат недостижни модели и славни личности. Во неговото истражување бројот на испитаници не е наведен, но според теоријата на социјална споредба, кај адолесцентите оваа динамика е важна, бидејќи споредбата со врсници, чии животни околности и ресурси се слични, се доживува како пореална и подостапна. Тоа може да го зголеми чувството на телесна анксиозност и чувството на незадоволство од своето тело.

Истражувањата на Хаферкамп и соработници (Haferkamp et al., 2012) укажуваат дека социјалните мрежи го менуваат фокусот на споредбите, од телото кон други аспекти на надворешниот изглед, како што се лицето, кожата и косата. Студијата анализирала различни видови на фотографии кои ги објавуваат корисниците на Facebook, со акцент на фотографии портрети, но бројот на испитаници не е прецизно наведен. Ова е важно за адолесцентите, бидејќи во оваа возраст тие се особено чувствителни на својот надворешен изглед и го поврзуваат истиот со прифаќањето од социјалната средина, како и со самодовербата. Социјалните мрежи, со тоа што нудат голем број портрет-фотографии, ја пренасочуваат споредбата и токму кон овие аспекти, што може да предизвикаат незадоволство не само од телото, туку и од лицето и другите физички карактеристики.

Мајерс и Кроутер (Myers & Crowther, 2009) ги разгледуваат резултатите од повеќе претходни истражувања кои се фокусираат на влијанието на споредбите на медиумите и помеѓу врсниците, врз телесното незадоволство кај адолесцентки и млади жени. Во анализираните студии, испитаниците биле претежно на возраст од 11 до 22 години, што опфаќа периодот на адолесценција. Тие го истакнуваат моментот дека нема значајна разлика помеѓу влијанието на споредбите кои ги прават тие со медиумските идеали и споредбите со своите врсници, кога станува збор за незадоволството од своето тело. Истото го истакнува тоа дека за младите девојки е подеднакво влијателно дали ќе се споредуваат со модели и славни личности од медиумите, или со врсници од нивното опкружување, што има значително влијание врз нивната перцепција за сопствениот изглед. Бројот на учесници варира, па затоа не е дадена конкретна вкупна бројка.

Тигеман и МекГил (Tiggemann & McGill, 2004) се фокусираат на експериментално испитување за тоа како медиумските слики кои промовираат иделна телесна тежина, влијаат врз младите девојки, главно адолесцентки кои се на возраст од 13 до 17 години. Во нивниот експеримент, девојките биле изложени на слики на кои биле претставени модели, кои што всушност го претставуваат идеалниот тенок изглед, а потоа биле мерени нивните чувства и ставови кои ги имаат кон сопственото тело. Резултатите од наведеното истражување покажуваат дека дури и краткотрајната изложеност на овие слики, кај адолесцентките предизвикува зголемено незадоволство од телото и негативно расположение, што е особено значајно во нивната возраст, бидејќи тие сè уште развиваат механизми за емоционална саморегулација и се подложни на надворешни влијанија како што се тоа медиумите. Точниот број на испитаници во оваа студија не е прецизно. Според резултатите дека дури и краткотрајната изложеност на овие слики предизвикува зголемено незадоволство од телото и негативно расположение, е особено значајно за адолесцентите бидејќи тие сè уште развиваат механизми за емоционална регулација и се подложни на надворешни влијанија како медиумите и социјалните мрежи.

Истражувањето на Папагеоргиу, Крос и Фишер (Papageorgiou, Cross & Fisher, 2023) го истражува влијанието на сексуализираните содржини прикажани на социјалните медиуми, врз менталното здравје на адолесцентките, преку перцепциите на возрасните: родители (n = 11), стручни лица во училишта (n = 7) и даватели на услуги за ментално здравје (n = 10) реализирано во Перт, Западна Австралија. Учесниците ја препознаваат

изложеноста на вакви содржини како фактор што го влошува психолошкото здравје на девојките, особено преку „потенцијал за споредување“, како и „притисок да се прилагодат“. Тие истакнуваат дека промовирањето на медиумска писменост, критичко размислување и достапни програми за поддршка на адолесцентите е клучно за да се намалат ризиците. Значајно е возрасните да останат „во чекор со времето“ и да бидат доверливи за адолесцентките. Наодите имаат значајни импликации за развој на програми за превенција и промоција на менталното здравје кај младите.

Истражувањето на Далгрен, Сундгот-Борген, Квалем, Венерсберг и Вистинг (Dahlgren, Sundgot-Borgen, Kvalem, Wennersberg & Wisting, 2024) испитува како користењето на социјалните медиуми влијае врз нарушувањата во исхраната и перцепцијата на телесните идеали кај адолесцентите. Во студијата учествувале 1558 млади луѓе на возраст од 16 до 19 години (53% девојки и 47% момчиња), кои пополниле онлајн прашалник за користење на социјалните медиуми и нивното влијание врз изгледот и исхраната. Резултатите покажале дека нарушувањата во исхраната се чести, особено кај девојките, при што кај нив доминира „тенкиот идеал“, а кај момчињата „мускулестиот идеал“. Се потврди и силна врска меѓу нарушувањата во исхраната и притисокот да се прилагодат на овие идеали. Голем дел од учесниците пријавиле значителен притисок да се прилагодат на овие идеали, а една четвртина поминува четири или повеќе часа дневно на социјалните медиуми. Платформите како Instagram и TikTok се поврзуваат со негативна самоперцепција кај девојките, што корелира со поголема појава на нарушувања во исхраната. Истражувањето укажува на потребата за континуирано следење на ефектите од социјалните медиуми и развивање на стратегии за превенција и поддршка на адолесцентите.

3. Предмет на истражувањето

Предметот на научното истражување е испитување на предиктивната врска помеѓу социјалните медиуми, сексуализацијата на телото и полот во однос на телесната слика кај адолесцентите во државата.

3.1. Теоретско определување на предметот на истражувањето

3.1.1. Дефинирање на клучните поими

Телесна слика - квантитативна, организмена варијабла која се мери. Во ова истражување, таа ќе се мери преку скала како што е Body Appreciation Scale-2 (BAS-2; Tylka & Wood-Barcalow, 2015), која го оценува степенот на позитивна телесна слика кај младите. Скала од Ликертов тип од 1 (воопшто не се согласувам) до 5 (во целост се согласувам), со вкупен скор што укажува на ниска или висока телесна самоперцепција;

Изложеност на социјални медиуми - квантитативна, бихејвиорална варијабла. Ќе се мери преку самопријавена фреквенција, времетраење и тип на содржина консумирана на социјални медиуми (на пример: Instagram, TikTok, YouTube). Ќе се мери со помош на самостојно составен прашалник.

Сексуализација на тело - квантитативна, стимулусна варијабла. Ќе се мери преку скала базирана на Objectified Body Consciousness Scale (McKinley & Hyde, 1996), која ја оценува интернализацијата на сексуализирани стандарди и самообјективизација;

Пол - категорична (номинална), демографска варијабла. Ќе се користи за анализирање на групни разлики (машки / женски);

3.2. Хипотези

3.2.1. Формулација на општа хипотеза

Генерална хипотеза во истражувањето е: Социјалните медиуми, сексуализацијата на телото и полот се предиктори на перцепцијата за телесна слика кај адолесцентите.

3.2.2. Формулација на посебни хипотези

Генералната хипотеза издвојува неколку подхипотези:

Х1: Поголемата изложеност на социјалните медиуми кај адолесцентите предвидува понизок степен на задоволство од телесната слика.

Х2: Поголемата изложеност на сексуализирани содржини предвидува понизок степен на задоволство од телесната слика.

Х3: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за пониско ниво на телесна слика во споредба со машкиот пол.

Х4: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за повисоко ниво на користење на социјалните медиуми во споредба со машкиот пол.

Х5: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за повисоко ниво на перцепирана сексуализација во споредба со машкиот пол.

3.3. Варијабли на истражувањето

Истражувачки варијабли: социјалните медиуми, сексуализација, пол, телесна слика. Како *независни варијабли* се определени*:* социјалните медиуми (фреквенција и вид на содржини), сексуализација (мерено преку OBCS, McKinley & Hyde, 1996), пол (машки/ женски). *Зависни варијабли:* телесна слика (мерена преку Body Appreciation Scale, BAS; Tylka & Wood-Barcalow, 2015). Како *релевантни варијабли* на истражувањето се определени: местоположба на живеење (рурално/урбано) и фаза на адолесценција (рана/средна/доцна).

4. Методи, техники и инструменти на истражувањето

Во ова истражување се примени корелациски и регресивен метод за испитување на предиктивната улога на изложеноста на социјалните медиуми, сексуализацијата на телото и полот врз телесната слика кај адолесцентите. Од техниките се употреби скалирање и соодветно нивни инструменти:

- За потребите на истражувањето беше формулиран приспособен прашалник за мерење на изложеност на социјалните медиуми поврзана со телесен изглед. Прашалникот е составен од 9 ајтеми и е изготвен врз основа на преглед на релевантна литература и претходни истражувања. Прашањата ги опфаќаат фреквенцијата, времетраењето и типот на содржини со кои испитаниците доаѓаат во контакт на социјалните медиуми. Одговорите се мерат со петстепена Ликертова скала (од 1- „Никогаш“ до 5 - „Секогаш“), при што повисоките вредности укажуваат на поголема изложеност.

- Сексуализацијата на телото се мери преку Скалата за објективизирана телесна свесност развиена од Мекинли и Хајд (McKinley & Hyde, 1996). Оваа скала е дел од рамката на теоријата на објективизација (Objectification Theory) која објаснува како културниот и медиумскиот фокус врз телесниот изглед, особено кај жените, доведува до интернализирање на надворешната перспектива врз сопственото тело.
- Телесната слика се мери со Скалата за позитивна телесна слика, ревидирана верзија (Body Appreciation Scale-2, BAS-2), која ја развиле Авалос, Тилка и Вуд-Баркалоу (Avalos, Tylka & Wood-Barcalow, 2015). BAS-2 ја подобрува применливоста и психометриските својства на оригиналната скала од 2005 година, овозможувајќи покомплексно и попрецизно мерење на позитивната перцепција на телото.
- Пол се третира како категоријална, независна варијабла со две категории: машки и женски.

Сите наведени инструменти се со докажана релијабилност и валидност, со Кронбах алфа коефициенти над 0.72 до 0.90 обезбедувајќи стабилност и прецизност на мерењата во контекст на адолесценцијата.

4.1 Техники за обработка на податоци

Податоците се обработуваа со статистичкиот софтвер SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)**.** На почеток се применија дескриптивни статистици (средна вредност, стандардна девијација) за сите варијабли. Потоа се користи Пирсонов коефициент на корелација за испитување на поврзаноста меѓу променливите.

Главната анализа е множествена линеарна регресиона анализа, со која се утврди колкав е придонесот на изложеноста на социјалните медиуми, сексуализацијата и полот, во предвидувањето на перцепцијата за телесната слика кај адолесцентите. Преку R и R^2 се објасни, колкава е вкупната корелација помеѓу сите независни променливи (предиктори) и зависната променлива, како и колкав процент од варијансата на зависната променлива (телесна слика) може да се објасни преку независните променливи (социјални медиуми, сексуализација, пол). Се смета ниво на значајност $p < 0.01$.

5. Популација и примерок на истражување

Предметната популација на истражувањето ја сочинуваат адолесценти на возраст од 10 до 19 години, ученици од неколку училишта во Република Северна Македонија. Примерокот е намерен, со цел да се опфатат ученици адолесценти, фаза која е особено сензитивна во однос на формирање на телесната слика, споредувањето со други и зголемена изложеност на социјални медиуми.

Во согласност со етичките стандарди, е обезбедена согласност од училиштата, одделенските наставници, како и информирана согласност од родителите и самите ученици. Во истражувањето учествуваа 185 испитаници, со релативно поедначков број од машки и од женски пол, со цел анализа на полот како една од независните променливи. Истражувањето е од прелиминарен карактер и наодите ќе можат да се генерализираат само на испитаниот примерок. Истото ќе послужи како основа за натамошни и поголеми истражувања поврзани со телесната слика кај адолесцентите.

6. Организација и спроведување на истражувањето

Истражувањето е организирано според претходно изготвен нацрт и е спроведено во месец септември 2025 година. Податоците се соберени од адолесценти (возраст од 10 до 19 години), ученици од избрани основни и средни училишта во Република Северна Македонија. За учеството согласност е побарана од управата на училиштата, како и информирана согласност од родителите или старателите на учесниците. Анкетирањето е спроведено во училишните простории, а учесниците однапред беа информирани за целта на истражувањето и начинот на пополнување на инструментите. Времетраењето за пополнување на анкетите беше приближно 15 минути. Истражувањето се одвиваше со почитување на етичките стандарди за заштита на правата и приватноста на учесниците, а добиените резултати беа користени исклучиво за научни цели.

III ДЕЛ

АНАЛИЗА И ИНТЕРПРЕТАЦИЈА НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

1. Анализа и интерпретација на резултатите од инструментите

По завршувањето на фазата на собирање на податоците, следува фазата на нивна анализа, интерпретација и предикција, која претставува суштински дел од истражувачкиот процес. Целта на оваа фаза е да се обработат и систематизираат добиените информации со цел да се испита предиктивната улога на социјалните медиуми, сексуализацијата и полот врз формирањето на телесната слика кај адолесцентите.

Податоците се прикажани во форма на табели и слики, со цел да се овозможи прегледност и полесна интерпретација на резултатите. Во рамки на анализата се применети соодветни статистички техники за утврдување на релациите меѓу варијаблите, како и предиктивни модели со цел да се провери во кој степен независните променливи (употребата на социјални медиуми, сексуализацијата и полот) придонесуваат кон варијациите во зависната променлива- телесната слика кај адолесцентите.

Интерпретацијата на резултатите е насочена кон објаснување на значајноста и насоката на добиените релации, како и нивното поврзување со постоечките теоретски и емпириски сознанија во оваа област. Со тоа, се овозможува подлабоко разбирање на механизмите преку кои медиумското влијание и социјалните очекувања поврзани со телото придонесуваат за формирање на позитивна или негативна телесна слика кај адолесцентите.

Преку примената на предиктивен модел, оваа анализа не само што овозможува опис на постојните состојби, туку и создавање основа за предвидување на потенцијални ризици и фактори кои можат да влијаат врз идното формирање на телесната слика кај адолесцентите.

Во рамки на ова истражување, полот на испитаниците е третиран како независна варијабла, со цел да се испита неговата предиктивна улога врз телесната слика кај адолесцентите. Претпоставката е дека полот може да биде значаен фактор во начинот на кој младите ги доживуваат и оценуваат сопствените телесни карактеристики, како и во начинот

на кој реагираат на содржини поврзани со сексуализација и идеализирани телесни стандарди на социјалните медиуми.

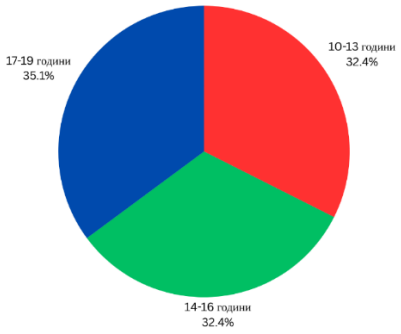


Слика 1: Распределба на испитаниците според пол

Како што е прикажано на Слика 1, застапеноста на машки и женски испитаници е речиси еднаква, односно 51.4 % машки и 48.6 % женски. Ваквата рамномерна распределба овозможува балансирана анализа на податоците и споредба меѓу половите во однос на предикцијата на телесната слика.

Со вклучување на полот како независна варијабла, се овозможува утврдување на тоа дали постојат значајни разлики во предвидувањето на телесната слика кај машките и женските адолесценти, односно дали полот има статистички значаен придонес во моделот на предикција заедно со останатите варијабли- употребата на социјални медиуми и сексуализација.

Во истражувањето возраста на испитаниците е земена како контролна, односно релевантна варијабла, со цел да се обезбеди рамномерна застапеност на испитаници од сите три фази на адолесценцијата- рана (10–13 години), средна (14–16 години) и доцна адолесценција (17–19 години). Ваквиот пристап овозможува да се контролира можниот ефект на возраста врз другите испитувани релации, без притоа возраста да биде предмет на анализа или предикција.

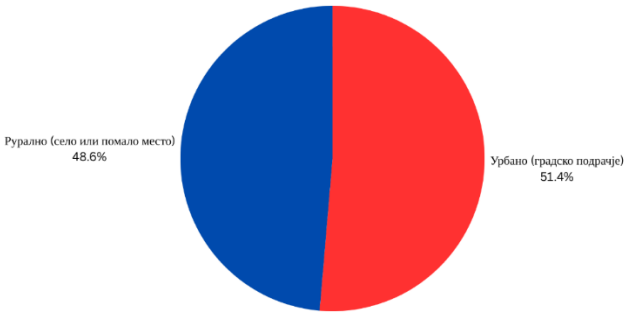


***Слика 2*: Распределба на испитаниците според фази на адолесценција (рана, средна и доцна)**

Како што е прикажано на Слика 2, застапеноста на трите возрасни групи е приближно еднаква: 10-13 години (32.4 %), 14-16 години (32.4 %) и 17-19 години (35.1 %). Со ова се обезбедува балансиран примерок, кој овозможува да се истражи предиктивната улога на независните варијабли- употребата на социјални медиуми, сексуализацијата и полот врз телесната слика кај адолесцентите, без возраста да биде фактор што може да ја наруши точноста на предвидувањето.

Контролирањето на возраста како варијабла придонесува за внатрешна валидност на истражувањето, бидејќи се намалува можноста разликите во резултатите да произлегуваат од развојни разлики помеѓу помладите и постарите испитаници.

Исто така, како контролна (релевантна) варијабла е земена местото на живеење, со нејзините категории- урбената и руралната средина, со цел да се обезбеди рамномерна застапеност на испитаниците од различни типови на средина. Ваквиот пристап овозможува да се контролира можниот ефект на средината врз другите испитувани релации, без притоа урбеноста/руралноста да биде предмет на анализа или предикција.

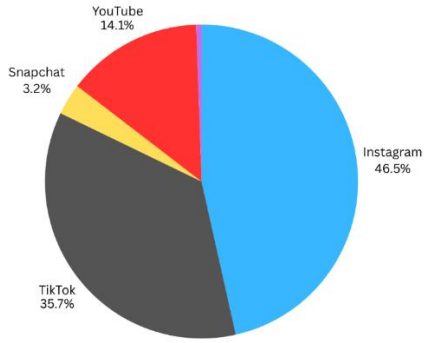


Слика 3: **Застапеност на испитаниците според место на живеење**

Како што е прикажано на Слика 3, застапеноста на двете категории е приближно еднаква, односно рурална средина: 48.6% и урбана средина: 51.4%. Со ова се обезбедува балансиран примерок, кој овозможува да се истражи предиктивната улога на независните варијабли, употребата на социјални медиуми, сексуализацијата и полот врз телесната слика кај адолесцентите, без местото на живеење на испитаниците да биде фактор што може да ја наруши точноста на предвидувањето.

Контролирањето на средината на живеење како варијабла придонесува за внатрешна валидност на истражувањето, бидејќи се намалува можноста разликите во резултатите да произлегуваат од влијанието на животната средина на испитаниците.

Во истражувањето е прикажана употребата на различни социјални медиуми со цел да се добие увид на кои платформи испитаниците најмногу го поминуваат своето време. Како што е прикажано на Слика 4, најпопуларни се Instagram (46.5%) и TikTok (35.7%), додека YouTube е користен од 14.1% од испитаниците. Snapchat е користен од 3.2%, додека Facebook и Roblox се застапени во други помали проценти и се незначајни за понатамошната анализа.



Слика 4: **Најчесто користени социјални медиуми според време на употреба**

Овие податоци овозможуваат увид во дигиталните навики на испитаниците и го илустрираат кои платформи се најпопуларни, без да се користат како контролна или предиктивна варијабла во истражувањето.

Дескриптивната статистика претставува основен дел од секое квантитативно истражување и служи за опишување и сумирање на податоците добиени од примерокот. Со неа се овозможува подобро разбирање на структурата на податоците и нивната распределба, како и увид во основните тенденции на испитуваните варијабли. Преку прикажување на показателите како што се *(број на испитаници N), минимална и максимална вредност (Minimum и Maximum), просечна вредност (Mean), стандардна девијација (Std. Deviation), асиметрија (Skewness) и забиеност (Kurtosis)*, се добива целосна слика за карактеристиките на податоците и нивната распоредност околу централната вредност.

Во рамки на ова истражување, преку дескриптивната статистика се прикажани основните параметри за сите вклучени варијабли: *пол, користење на социјални медиуми, сексуализација и телесна слика кај адолесцентите*. Со тоа се обезбедува почетен увид во тенденциите на одговорите и во карактерот на примерокот пред да се пристапи кон анализата на предиктивните односи меѓу променливите. Овие показатели овозможуваат да се утврди дали податоците се распоредени приближно нормално, како и дали постојат значајни отстапувања што би можеле да влијаат врз натамошните параметарски анализи (како што е регресионата анализа).

Табела 1. Дескриптивни статистици на варијаблите

	N	Min.	Max.	M	SD	Skewness	Kurtosis
Пол	185	1,00	2,00	1,4865	,50117	,055	-2,019)
Социјални медиуми	185	1,00	4,22	2,6853	,53687	,265	,630
Сексуализација	185	1,30	5,00	3,6130	,94607	-,495)	-,686)
Телесна слика	185	1,75	4,08	2,8745	,38876	,313	,125

Во рамките на ова истражување, првата демографска варијабла која е опфатена и опишана преку дескриптивна статистика е *полот на испитаниците*. Вкупниот број на учесници изнесува 185 адолесценти, при што варијаблата пол е обработена како бинарна категоријална променлива со две можни вредности- 1 за машки и 2 за женски испитаници. Ова кодирање овозможува полесно квантитативно вклучување на оваа варијабла во понатамошните статистички анализи, вклучително и во регресиониот модел за предвидување на телесната слика.

Просечната вредност (M = 1.49) покажува дека распределбата на испитаниците според пол е приближно рамномерна, што укажува на тоа дека во примерокот учествувале речиси подеднаков број машки и женски адолесценти. Оваа рамномерност е особено значајна од методолошки аспект, бидејќи обезбедува поголема репрезентативност и еднаква застапеност на двете групи, што пак овозможува посигурно споредување и анализа на потенцијалните разлики или сличности во телесната слика меѓу половите.

Вредноста на стандардната девијација (SD = 0.50) потврдува дека варијациите во податоците се минимални, што е очекувано за дихотомна варијабла. Во ваков тип на променливи, стандардната девијација обично се движи околу вредност од 0.5, што само укажува дека двете категории (машки и женски) се добро застапени и дека нема значително отстапување на примерокот кон една од групите.

Од аспект на распределбата, вредностите на асиметријата (Skewness = 0.055) и забиеноста (Kurtosis = -2.019) укажуваат дека распределбата на податоците е приближно симетрична, но со порамнета форма во однос на нормалната распределба. Овој резултат е

очекуван, бидејќи кај бинарните (категоријални) податоци, дистрибуцијата секогаш е ограничена на само две вредности, па затоа не може да се очекува класична нормална форма на распределба.

Во контекст на целта на истражувањето, анализата на полот е од суштинско значење бидејќи бројни студии укажуваат дека постои разлика во начинот на кој машките и женските адолесценти ја доживуваат својата телесна слика и реагираат на влијанијата од социјалните медиуми и сексуализираните содржини. Женските адолесцентки, според истражувањата, често се изложени на повисоки социјални притисоци поврзани со изгледот и имаат поголема веројатност да развијат незадоволство од сопственото тело, додека кај машките адолесценти фокусот е почесто насочен кон идеализирани претстави на физичка сила или мускулатура.

Со оглед на тоа што во овој примерок половите се приближно рамномерно застапени, тоа претставува значајна предност за понатамошните анализи. Така, во регресивните модели може да се испита дали полот има предиктивна вредност за телесната слика, односно дали, и до кој степен, постојат статистички значајни разлики меѓу машките и женските адолесценти во однос на начинот на кој тие ја перцепираат својата телесност под влијание на социјалните медиуми и сексуализацијата.

Во целина, добиените резултати укажуваат дека *примерокот е родово балансиран*, што ја зголемува валидноста и применливоста на резултатите во поширок контекст. Ваквата родова рамнотежа овозможува пообјективно испитување на хипотезите и дава можност да се направи подлабока анализа на интеракциите меѓу полот и останатите предиктори на телесната слика.

Втората варијабла опфатена во дескриптивната анализа е користењето на *социјалните медиуми*, која има за цел да го измери нивото на изложеност и активност на адолесцентите во дигиталниот простор. Социјалните медиуми денес претставуваат доминантен канал на комуникација, самоизразување и градење на идентитет, особено кај младата популација. Поради тоа, нивната улога во формирањето на телесната слика претставува клучен елемент во современите психолошки истражувања.

Според резултатите добиени со апликацијата SPSS, варијаблата има вредности во опсег од минимум 1,00 до максимум 4,22, што укажува дека сите испитаници се активни корисници на социјалните медиуми, но со различен интензитет. Просечната вредност

(M = 2,69) покажува дека адолесцентите во примерокот користат социјални медиуми умерено до почесто, односно нивото на ангажман е во средишниот дел на скалата, со тенденција кон поактивно користење (блиску до пониските вредности на скалата каде 1= почесто користење и гледање содржини поврзани за телесниот изглед на социјалните медиуми). Ова значи дека поголемиот дел од учесниците не се пасивни корисници, туку имаат значајна активност на платформи како Instagram, TikTok, Snapchat и сл.

Стандардната девијација (SD = 0,54) покажува умерена варијабилност во одговорите, што значи дека постојат одредени разлики меѓу испитаниците во однос на времето и начинот на користење на социјалните медиуми. Некои адолесценти ги користат овие платформи повеќе, додека други се помалку активни и поминуваат помалку време онлајн. Оваа разновидност е важна, бидејќи овозможува идентификување на потенцијални разлики во влијанието на социјалните медиуми врз телесната слика и самоперцепцијата.

Анализата на распределбата покажува мала позитивна асиметрија (Skewness = 0,265), што укажува дека мал број испитаници користи помалку од средната вредност, додека мнозинството се на поактивната страна на скалата. Вредноста на куртозисот (Kurtosis= 0,630) покажува малку позабиена распределба, односно дека резултатите се концентрирани околу просекот без екстремни одстапувања. Ова дополнително потврдува дека поголемиот дел од испитаниците имаат сличен модел на користење на медиумите, што придонесува кон стабилноста на примерокот.

Социјалните медиуми се простор каде што младите се изложени на идеализирани претстави за изгледот, телесна привлечност и „совршен“ животен стил. Бројни истражувања, како што е и претходно споменето, укажуваат дека честото користење на социјалните медиуми може да биде поврзано со зголемено споредување со другите и со поголемо незадоволство од сопствениот изглед, особено кај адолесцентите, кои се во чувствителен развоен период. Во овој контекст, умереното користење што го покажува примерокот може да се смета за здрав и релативно балансиран однос кон дигиталните медиуми, но сепак постои простор за потенцијално влијание на содржините што се консумираат.

Од аспект на предиктивниот модел, оваа варијабла има особено значење бидејќи претставува еден од клучните психосоцијални фактори што можат да ја предвидат телесната слика кај адолесцентите. Преку анализа на корелации и регресија (која следува

подоцна), може да се утврди дали и колку интензитетот на користење на социјалните медиуми е значаен предиктор на задоволството со сопственото тело.

Сумирано, адолесцентите во ова истражување користат социјални медиуми умерено до почесто, при што активноста не покажува значителни отстапувања или екстремни вредности. Распределбата на податоците е приближно нормална и стабилна, што овозможува натамошна примена на параметарски анализи. Овие дескриптивни показатели обезбедуваат основа за натамошно испитување на можната врска помеѓу користењето на социјалните медиуми и формирањето на телесната слика кај адолесцентите.

Третата варијабла опфатена во дескриптивната анализа е *сексуализација*, која има за цел да го измери нивото на изложеност на сексуализирани содржини кај адолесцентите. Оваа варијабла е значајна бидејќи медиумската сексуализација може да влијае на развојот на самоперцепцијата, градењето на телесната слика и формирањето на идентитетот, особено во чувствителниот период на адолесценцијата. Во современите психолошки и социолошки истражувања, внимание се посветува на тоа како честата изложеност на сексуализирани содржини може да придонесе за споредување со другите, несигурност во телесниот изглед и формирање на нереални стандарди за атрактивност.

Според резултатите добиени со апликацијата SPSS, варијаблата „сексуализација“ има вредности во опсег од 1,30 до 5,00. Скалата е конструирана така што 1 означува поголемо изложување, а 5 помало изложување на сексуализирани содржини. Просечната вредност (M = 3,61) укажува дека адолесцентите во примерокот се умерено до помалку изложени, односно дека поголемиот дел од испитаниците не се во групата со високо ниво на експозиција на сексуализирани содржини. Со други зборови, испитаниците генерално се на средишниот до повисок дел на скалата, што сугерира умерена интеракција со медиумските пораки од овој тип.

Стандардната девијација (SD = 0,95) покажува поголема варијабилност меѓу одговорите, што значи дека постојат значајни индивидуални разлики во изложеноста. Некои адолесценти се поактивно изложени на сексуализирани содржини, додека други се помалку изложени. Оваа разновидност е важна, бидејќи може да овозможи идентификување на потенцијални разлики во однос на влијанието на овие содржини врз самоперцепцијата и телесната слика.

Анализата на распределбата покажува блага лева асиметрија (Skewness = -0,495), што значи дека постои малку поголема група испитаници со повисоко изложување (пониски вредности), додека мнозинството се умерено или помалку изложени. Ова укажува дека екстремно високи нивоа на изложеност не се присутни во голем број кај испитаниците. Вредноста на куртозисот (Kurtosis = -0,686) покажува дека распределбата е малку порамна, што значи дека резултатите се рамномерно распоредени околу просекот, без силна концентрација или екстремни вредности.

Од психолошка перспектива, овие резултати се значајни бидејќи укажуваат дека адолесцентите имаат умерена до помала изложеност на сексуализирани содржини, што овозможува анализа на индивидуални разлики и потенцијално влијание на телесната слика. Нивната умерена експозиција укажува на тоа дека во примерокот нема доминантна група со екстремно високо изложување, но сепак постои разновидност која може да биде релевантна за понатамошни истражувања и анализа на врската со други психосоцијални фактори.

Во суштина, резултатите покажуваат дека адолесцентите во ова истражување се умерено до помалку изложени на сексуализирани содржини, со распределба приближно нормална и стабилна. Овие дескриптивни показатели обезбедуваат основа за понатамошна анализа на можните врски меѓу изложеноста на сексуализирани медиумски пораки и формирањето на телесната слика кај адолесцентите. Последната варијабла опфатена во дескриптивната анализа е *телесната слика*, која во ова истражување претставува *зависна варијабла*. Нејзината цел е да го измери степенот на задоволство на адолесцентите со сопствениот телесен изглед. Телесната слика е значајна за психолошката благосостојба, самодовербата и развојот на личниот идентитет, особено во адолесценцијата, кога младите се изложени на различни социјални и медиумски влијанија.

Според резултатите добиени со апликацијата SPSS, варијаблата има вредности во опсег од 1,75 до 4,08, каде што поголеми вредности укажуваат на попозитивна телесна слика, а помали вредности на поголемо незадоволство од сопствениот изглед. Просечната вредност (M = 2,87) покажува дека адолесцентите во примерокот имаат умерено позитивна телесна слика, односно нивното чувство за сопственото тело е блиску до средината на скалата, со тенденција кон задоволство, но без екстремно високо ниво на позитивна телесна слика.

Стандардната девијација (SD = 0,39) покажува релативно мала варијабилност, што значи дека поголемиот дел од испитаниците имаат слична перцепција за својот телесен изглед, без значителни екстреми. Некои испитаници се малку помалку задоволни, додека други покажуваат поизразено позитивна телесна слика, но разликите не се големи.

Анализата на распределбата покажува блага позитивна асиметрија (Skewness = 0,313), што укажува дека има нешто повеќе испитаници со повисоки вредности, односно со попозитивна телесна слика, отколку со ниски вредности. Вредноста на куртозисот (Kurtosis = 0,125) покажува приближно нормална распределба, без концентрирани екстремни вредности. Ова дополнително ја потврдува стабилноста на примерокот и обезбедува сигурна основа за натамошни статистички анализи. Од психолошка перспектива, овие резултати се значајни бидејќи укажуваат дека адолесцентите имаат умерено позитивна телесна слика, што ја прави оваа варијабла соодветна за анализа на предикторскиот ефект на полот, користењето на социјални медиуми и изложеноста на сексуализирани содржини. Малата варијабилност и приближно нормалната распределба ја олеснуваат примената на параметарски статистички методи за испитување на врските помеѓу независните варијабли и телесната слика како зависна варијабла.

Резимирано, резултатите од дескриптивната анализа укажуваат дека адолесцентите во истражувањето воопшто имаат умерено позитивна телесна слика, односно во најголем дел се чувствуваат релативно задоволни со својот физички изглед и немаат изразено негативна перцепција за телото. Распределбата на податоците е стабилна и приближно нормална, што укажува на тоа дека нема екстремни отстапувања или искривувања во одговорите и дека повеќето испитаници имаат слични ставови во однос на сопствената телесна перцепција.

Овие резултати обезбедуваат цврста основа за натамошни анализи, бидејќи покажуваат дека варијаблата „телесна слика“ е соодветно распределена и статистички стабилна, што овозможува примена на параметарски тестови. Натаму, оваа почетна слика овозможува подлабоко разбирање на тоа како различни психосоцијални фактори – полот, интензитетот на користење на социјалните медиуми и изложеноста на сексуализирани содржини, можат да придонесат кон предвидување на нивото на телесна слика кај адолесцентите.

Табелата со корелации ги прикажува меѓусебните односи меѓу независните варијабли (пол, користење на социјални медиуми, сексуализација) и зависната варијабла (телесна слика). Корелацискиот коефициент на Пирсон (r) покажува колку и во која насока се поврзани две варијабли:

- вредности поблиску до 1 или -1 укажуваат на посилна поврзаност,
- вредности поблиску до 0 укажуваат на слаба или никаква поврзаност.

Позитивната корелација значи дека со зголемување на едната варијабла се зголемува и другата, додека негативната означува спротивен однос. Во ова истражување, корелациите се оценети на ниво на значајност од $p < .01$, што укажува на висока статистичка сигурност.

Табела 2. Коефициенти на корелација помеѓу социјалните медиуми, сексуализацијата, полот и телесната слика кај адолесцентите

	Пол	**Социјални медиуми**	**Сексуализација**	**Телесна слика**
Пол	1,000	-,438)**	-,134	-,044
Социјални медиуми		1,000	,249**	,271**
Сексуализација		,	1,000	,453**
Телесна слика				1,000

** $p < 0,01$

Полот претставува *една од независните варијабли* во истражувањето и има за цел да утврди дали постојат родови разлики во користењето на социјалните медиуми, изложеноста на сексуализирани содржини и перцепцијата на телесната слика кај адолесцентите. Во анализата, полот е кодиран бинарно (1 = машки, 2 = женски), што овозможува да се испита насоката на поврзаноста со останатите психосоцијални фактори.

Резултатите покажуваат значајна негативна корелација помеѓу полот и користењето на социјалните медиуми ($r = -0.438$, $p < .001$). Ова значи дека постои статистички значајна разлика меѓу машките и женските адолесценти, при што девојчињата почесто и поинтензивно ги користат социјалните медиуми во споредба со момчињата.

Понатаму, *врската помеѓу полот и сексуализацијата* ($r = -0.134$, $p = .070$) е негативна, но не е статистички значајна, што укажува дека нема доволно докази за изразени родови разлики во перцепцијата или изложеноста на сексуализирани содржини.

Што се однесува до врската помеѓу *полот и телесната слика* ($r = -0.044$, $p = .550$), резултатите покажуваат многу слаба и статистички незначајна поврзаност, што значи дека во овој примерок нема значајни разлики во нивото на задоволство од сопствениот изглед меѓу машките и женските адолесценти. Овој резултат може да укажува дека и покрај тоа што девојчињата почесто користат социјални медиуми, тоа не секогаш води кон поголемо незадоволство со сопственото тело, што може да биде резултат на поголема свесност и критички однос кон медиумските содржини кај оваа група.

Во рамки на истражувањето беа поставени три хипотези поврзани со полот:

X3: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за пониско ниво на телесна слика во споредба со машкиот пол.

X4: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за повисоко ниво на користење на социјалните медиуми во споредба со машкиот пол.

X5: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за повисоко ниво на перцепирана сексуализација во споредба со машкиот пол.

Како што беше прикажано, резултатите покажуваат значајна негативна корелација помеѓу полот и користењето на социјалните медиуми ($r = -0.438$, $p < .001$). Ова укажува дека постои статистички значајна разлика меѓу машките и женските адолесценти, при што девојчињата почесто и поинтензивно ги користат социјалните медиуми во споредба со момчињата. Со тоа, хипотезата X4 се потврдува, односно женскиот пол е предиктор на повисока медиумска активност.

Натаму, врската помеѓу полот и сексуализацијата ($r = -0.134$, $p = .070$) е негативна, но не е статистички значајна. Ова значи дека нема доволно докази за изразени родови разлики во перцепцијата или изложеноста на сексуализирани содржини кај адолесцентите.

Според тоа, хипотезата Х5 не се потврдува, односно полот не е значаен предиктор за нивото на перципирана сексуализација.

Што се однесува до врската помеѓу *полот и телесната слика* (r = -0.044, p = .550), резултатите покажуваат многу слаба и статистички незначајна поврзаност, што укажува дека нема значајни разлики во нивото на задоволство од сопствениот изглед меѓу машките и женските адолесценти. Иако девојчињата почесто користат социјални медиуми, тоа не води секогаш кон понегативна телесна перцепција, што може да се објасни со зголемена медиумска писменост и критички однос кон содржините. Со тоа, хипотезата Х3 исто така не се потврдува, односно полот не претставува значаен предиктор за нивото на телесна слика.

Сумирано, резултатите поврзани со варијаблата пол покажуваат дека родовите разлики се најизразени во однос на користењето на социјалните медиуми, додека во однос на изложеноста на сексуализирани содржини и телесната слика тие не се статистички значајни. Ова укажува дека полот има улога во начинот на користење на медиумите, но не и директно во перцепцијата на сопствениот изглед или во доживувањето на сексуализирани медиумски пораки.

Социјалните медиуми претставува еден од клучните предиктори во ова истражување и има за цел да го измери степенот на активност, изложеност и ангажираност на адолесцентите во дигиталниот простор, при што меѓусебните односи помеѓу варијаблите се анализираат преку Пирсоновиот корелациски коефициент, кој ја покажува насоката и јачината на врската помеѓу нив.

Во рамки на истражувањето беа поставени и следните хипотези:

Х1: Поголемата изложеност на социјалните медиуми кај адолесцентите предвидува понизок степен на задоволство од телесната слика.

Х2: Поголемата изложеност на сексуализирани содржини предвидува понизок степен на задоволство од телесната слика.

Дополнително, забележана е позитивна и статистички значајна врска помеѓу користењето на социјалните медиуми и сексуализацијата (r = .249, p = .001). Со оглед на насоката на скалите, оваа врска покажува дека повисокото и почесто користење на социјалните медиуми (пониски вредности) е поврзано со поголема изложеност на сексуализирани содржини. Односно, адолесцентите кои се поактивни на платформите

почесто се соочуваат со медиумски пораки што промовираат идеализирани и сексуализирани претстави за изгледот, телесноста и атрактивноста.

Важна е и врската со телесната слика ($r = .271$, $p < .001$), која е позитивна и статистички значајна. Со оглед на насоката на скалата, ова значи дека поретка употреба на социјалните медиуми е поврзана со попозитивна телесна слика, додека почестото користење е поврзано со понегативна перцепција на сопствениот изглед. Овој резултат ја потврдува хипотезата Х1, односно дека поголемата изложеност на социјалните медиуми е поврзана со понизок степен на задоволство од сопствениот изглед.

Понатаму, анализата покажува умерено силна и статистички значајна врска помеѓу сексуализацијата и телесната слика ($r = .453$, $p < .001$). Со оглед на насоката на скалата, оваа врска укажува дека адолесцентите кои се повеќе изложени на сексуализирани содржини (пониски вредности на скалата) имаат понегативна перцепција на своето тело, додека оние со помала изложеност пријавуваат повисоко задоволство од сопствениот изглед. Овој резултат ја потврдува хипотезата Х2, со што се потврдува дека медиумската сексуализација има значајно влијание врз формирањето на телесната слика и психолошката благосостојба на младите.

Во суштина, резултатите укажуваат дека интензитетот на користење на социјалните медиуми и степенот на изложеност на сексуализирани содржини претставуваат значајни предиктори на телесната слика кај адолесцентите. Поголемото користење и повисоката изложеност се поврзани со понегативна телесна перцепција, што ја потврдува претпоставката дека медиумската активност и медиумската содржина имаат суштинско влијание врз самоперцепцијата и чувството на телесно задоволство кај адолесцентите.

Телесната слика претставува зависна варијабла во ова истражување, односно исходот што го предвидуваат полот, користењето на социјалните медиуми и нивото на изложеност на сексуализирани содржини. Таа ја мери перцепцијата и задоволството на адолесцентите со сопствениот изглед, каде што повисоки вредности означуваат попозитивна телесна слика, додека пониски вредности укажуваат на поголемо незадоволство или понегативна перцепција на телесниот изглед.

Според корелациските резултати:

- *Телесната слика и социјалните медиуми* (r = .271, p < .001). Со оглед на насоката на скалата, ова покажува дека адолесцентите кои поретко користат социјални медиуми пријавуваат попозитивна телесна слика, додека почестото користење е поврзано со понегативна перцепција на сопствениот изглед. Овој резултат укажува на тоа дека медиумската активност може да се смета како потенцијален предиктор на телесната слика, односно дека различните нивоа на користење на дигиталните платформи се поврзани со начинот на кој адолесцентите го доживуваат сопственото тело.
- *Телесната слика и сексуализацијата* (r = .453, p < .001). Оваа умерено силна и статистички значајна врска покажува дека адолесцентите со поголема изложеност на сексуализирани содржини (пониски вредности на скалата) пријавуваат понегативна телесна слика, додека тие кои се помалку изложени (повисоки вредности) пријавуваат попозитивна перцепција на телото. Овој резултат ја потврдува улогата на медиумските фактори како значаен психосоцијален аспект при предвидување на самоперцепцијата на младите.
- *Телесната слика и полот* (r = –0.044, p = .550). Врската е многу слаба и статистички незначајна, што укажува дека во овој примерок нема значајни разлики во нивото на телесна слика помеѓу машките и женските адолесценти.

Сумирано, *телесната слика е зависна варијабла* која се испитува во однос на медиумската активност и изложеноста на сексуализирани содржини. Резултатите покажуваат дека почестото користење на социјалните медиуми и повисоката изложеност на сексуализирани содржини можат да предвидат потенцијално понегативна телесна перцепција, додека полот не се покажува како значаен фактор во овој примерок. Овие наоди ја нагласуваат важноста на медиумските фактори како предиктори при анализа на телесната слика кај адолесцентите.

Со оглед на овие наоди, генералната хипотеза која гласи *„Поголемата изложеност на социјалните медиуми кај адолесцентите предвидува понизок степен на задоволство од телесната слика“* е делумно потврдена. Односно, медиумската активност и изложеноста на сексуализирани содржини имаат значајно предиктивно влијание врз телесната слика, додека полот во овој примерок не претставува релевантен предиктор. Овие резултати ја истакнуваат важноста на психосоцијалните и медиумските фактори во формирањето на

телесната перцепција кај адолесцентите и обезбедуваат основа за натамошна анализа на механизми преку кои медиумските искуства предвидуваат каква ќе се одрази истото на телесната слика кај адолесцентите.

Табелата *„Коефициенти на мултипла корелација и коефициенти на детерминација помеѓу предикторските варијабли и зависната варијабла“* ги прикажува основните статистички показатели на регресискиот модел, преку кои се оценува колку добро независните варијабли- пол, користење на социјални медиуми и сексуализација, го објаснуваат варирањето на зависната варијабла телесна слика кај адолесцентите. Овој модел овозможува да се процени предиктивната моќ на независните фактори и степенот до кој тие заеднички придонесуваат во објаснување на разликите во перцепцијата на сопствениот изглед.

Табела 3. Коефициенти на мултипла корелација и коефициенти на детерминација помеѓу предикторските варијабли и зависната варијабла

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,490[a]	,241	,228	,34158

a. Предиктори: Социјални медиуми, сексуализација и пол

b. Зависна варијабла: Телесна слика

Од табелата може да се забележи дека коефициентот на корелација (R = 0.490) укажува на умерена поврзаност помеѓу предикторите (пол, социјални медиуми и сексуализација) и зависната варијабла (телесна слика). Тоа значи дека трите независни варијабли заеднички имаат релативно значаен однос со начинот на кој адолесцентите ја перципираат сопствената телесна слика.

Вредноста на R Square = 0.241 покажува дека околу 24.1% од варијансата на телесната слика може да се објасни преку трите предиктор варијабли- пол, користење на социјални медиуми и сексуализација. Ова претставува умерено високо објаснувачко ниво, особено во истражувања од психосоцијална природа, каде што влијанието на медиумите и личните фактори ретко објаснуваат голем процент на варијанса поради комплексноста на човечкото однесување.

Приспособената вредност (Adjusted R Square = 0.228) е малку пониска, што е очекувано, бидејќи таа ја зема предвид бројката на предиктори и го коригира резултатот за можни преценувања. Ова укажува дека и по приспособувањето, околу 22.8% од варијансата во телесната слика останува стабилно објаснета од моделот.

Стандардната грешка на проценката (Std. Error of the Estimate = 0.34158) укажува на тоа дека постои умерена варијабилност меѓу предвидените и реалните вредности на телесната слика, што значи дека моделот релативно добро ја предвидува зависната варијабла, без големи отстапувања.

Заклучно, може да се каже дека регресискиот модел е статистички стабилен и со умерена предиктивна сила, при што најголем дел од објаснувачката моќ потекнува од медиумските фактори, односно користење на социјални медиуми и сексуализација, додека половите разлики имаат помал предиктивен придонес. Овие резултати сугерираат дека перцепцијата на телесната слика кај адолесцентите е во значајна мера предвидена од медиумско искуство, односно со тоа колку често се активни на социјалните медиуми и во која мера се изложени на сексуализирани содржини.

Табелата на варијансна анализа (ANOVA), во рамки на регресискиот модел го прикажува значењето на целокупниот модел во објаснувањето на зависната варијабла-телесната слика кај адолесцентите. Со оваа анализа се проверува дали предикторите вклучени во моделот (пол, користење на социјални медиуми и сексуализација) заедно статистички значајно придонесуваат за предвидување на зависната варијабла. Со други зборови, ANOVA ја тестира хипотезата дека барем еден од предикторите има значајно влијание во објаснување на варијансата на телесната слика, во споредба со моделот кој не содржи предиктори.

Табела 4. Значајност на разлики во задоволството од врската во однос на стилот на врзување, емоционалната регулација и полот

ANOVA

	SS	Df	M	F	Sig.
Регресија	6,690	3	2,230	19,113	<,001
Остаток	21,119	181	,117		
Вкупно	27,809	184			

Резултатите од табелата покажуваат дека објаснетата варијанса на моделот (SS = 6.690) претставува делот од вкупната варијабилност во перцепцијата на телесната слика што може да се припише на трите независни варијабли. Овој дел од варијансата е значаен во однос на преостанатата необјаснета варијанса (Регресија SS= 21.119), која се должи на фактори што не се опфатени со моделот, како индивидуални разлики, семејни, социјални или лични психолошки карактеристики. Вкупната варијанса изнесува 27.809, што значи дека делот објаснет од моделот е статистички значаен и релевантен.

Вредноста на F=19.113 при ниво на значајност p< .001 потврдува дека регресискиот модел е статистички значаен. Тоа укажува дека комбинацијата од трите предикторски варијабли- пол, користење на социјални медиуми и сексуализација, значајно го предвидува нивото на телесната слика кај адолесцентите. Со други зборови, моделот има реална предиктивна моќ и не е случаен резултат. Ова значи дека барем еден од предикторите придонесува со статистички значајно влијание во објаснување на променливоста во зависната варијабла. Во согласност со претходната табела, вредноста на $R^2 = 0.241$ покажува дека регресискиот модел објаснува околу 24.1% од вкупната варијанса на телесната слика, што во рамките на психолошките истражувања претставува умерен, но релевантен ефект.

Иако околу три четвртини од варијансата (75.9%) останува необјаснета, што е очекувано во општествено-научните истражувања, моделот сепак обезбедува значајно објаснување на тоа како психосоцијалните фактори, односно полот, медиумската активност и перцепцијата на сексуализираните содржини, колективно придонесуваат кон формирањето на телесната слика кај младите.

Во целост, резултатите од ANOVA анализата потврдуваат дека предикторите заеднички имаат статистички значаен придонес во објаснување на зависната варијабла, што го оправдува натамошното испитување на поединечната предиктивна моќ на секој од нив во рамки на анализата на регресиските коефициенти.

Табелата *„Коефициенти на мултипла линеарна регресивна анализа за зависната варијабла телесна слика и предикторските варијабли“* ги прикажува поединечните ефекти на секој предиктор врз зависната варијабла (во овој случај телесната слика), контролирајќи ги останатите променливи во моделот. Преку оваа анализа може да се утврди кој од предикторите има статистички значајно влијание и во која насока, позитивна или негативна.

Табела 5. Коефициенти на мултипла линеарна регресивна анализа за зависната варијабла телесна слика и предикторските варијабли

Model	Нестандардни коефициенти		Стандардни коефициенти	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,724	,206		8,373	,000
Пол	,081	,056	,105	1,454	,148
Социјални медиуми	,155	,053	,214	2,902	,004
Сексуализација	,170	,027	,413	6,177	,000

Резултатите од табелата покажуваат дека целокупниот модел е статистички значаен, а меѓу поединечните предиктори, две варијабли имаат значаен придонес во предвидување на телесната слика кај адолесцентите: користењето на социјални медиуми и перцепцијата на сексуализација. Полот, иако е вклучен во моделот, не покажува статистички значаен ефект.

Константата ($B = 1.724$, $p < .001$) ја претставува предвидената вредност на зависната варијабла кога сите предиктори имаат вредност нула, односно основното ниво на телесна слика независно од влијанието на полот, социјалните медиуми и сексуализацијата.

Варијаблата *пол* ($B = 0.081$, $p = 0.148$) не покажува статистички значајно предвидување врз *телесната слика*, што значи дека во овој примерок нема значајни разлики

меѓу машките и женските испитаници во начинот на кој ја перцепираат својата телесна слика, кога се контролира влијанието на другите фактори. Иако вредноста на бета-коефициентот (β = 0.105) укажува на минимална тенденција жените да пријавуваат малку попозитивна телесна слика, овој ефект не е доволно изразен за да се смета статистички валиден.

Наспроти тоа, варијаблата *користење на социјални медиуми* се покажува како статистички значаен предиктор (B = 0.155, β = 0.214, p = 0.004). Позитивниот бета-коефициент укажува дека повисоките вредности на оваа варијабла, кои според скалата означуваат помало и поретко користење на социјалните медиуми, се поврзани со попозитивна телесна слика. Со други зборови, адолесцентите кои поретко користат социјални медиуми имаат потенденција да имаат повисоко ниво на задоволство со сопствениот изглед.

Најсилен и најзначаен предиктор во моделот е варијаблата *перцепција на сексуализација* (B = 0.170, β = 0.413, p < 0.001). Позитивниот и висок бета-коефициент укажува дека адолесцентите кои пријавиле пониско ниво на изложеност на сексуализирани медиумски содржини имаат попозитивна телесна слика. Овој резултат потврдува дека честата изложеност на сексуализирани пораки, тела и визуелни стандарди во медиумите може негативно да се одрази врз самоперцепцијата на изгледот, особено во чувствителниот адолесцентски период. Наспроти тоа, кога изложеноста е пониска, младите имаат поголема веројатност да развијат поавтентична и стабилна телесна слика.

Вредностите на стандардизираните коефициенти (β) покажуваат дека перцепцијата на сексуализација (β = 0.413) има најсилно влијание врз телесната слика, потоа следува користењето на социјални медиуми (β = 0.214), додека половата припадност (β = 0.105) има најслаб и статистички незначаен ефект. Оваа разлика во големината на ефектите јасно укажува дека психосоцијалните фактори, особено оние поврзани со медиумската изложеност, имаат многу посилна предиктивна моќ врз перцепцијата на телото од полот.

Сумирано, резултатите од анализата на регресивните коефициенти потврдуваат дека намаленото користење на социјалните медиуми и пониската изложеност на сексуализирани содржини предвидуваат попозитивна телесна слика кај адолесцентите, додека полот сам по себе не претставува значаен предиктор. Овие наоди ја потврдуваат тезата дека медиумската средина игра суштинска улога во психолошкиот развој на младите и дека контролата на

изложеноста на медиумски пораки може да биде важен заштитен фактор во градењето на здрава телесна слика.

Во контекст на генералната хипотеза, дека социјалните медиуми, сексуализацијата на телото и полот се предиктори на телесна слика кај адолесцентите, резултатите го потврдуваат делумно ова предвидување: медиумската активност и изложеноста на сексуализирани содржини имаат значајно предиктивно влијание врз телесната слика, додека полот во овој примерок не е значаен предиктор.

ДИСКУСИЈА

Проблемот на ова истражување е насочен кон испитување на влијанието на полот, користењето на социјалните медиуми и изложеноста на сексуализирани содржини како предиктори на телесната слика кај адолесцентите. Полот е независна варијабла која има за цел да утврди дали постојат родови разлики во користењето на медиумите, изложеноста на сексуализирани содржини и доживувањето на сопствениот изглед. Во примерокот, полот е кодирано бинарно (1 = машки, 2 = женски), што овозможува анализа на насоката и јачината на врската со другите варијабли.

Првичните податоци покажуваат дека распределбата на половите е релативно рамномерна во примерокот, што овозможува изведување на статистички анализи без голема диспропорција помеѓу машките и женските адолесценти. Од самите дескриптивни показатели се забележува дека нема екстремни отстапувања во перцепцијата на телесната слика во однос на полот, што укажува на стабилен и репрезентативен примерок за понатамошна анализа.

Резултатите покажуваат значајна негативна корелација помеѓу полот и користењето на социјалните медиуми ($r = -0.438$, $p < .001$), што значи дека девојчињата почесто и поинтензивно користат социјални медиуми во споредба со момчињата. Ова резултира со потврдување на потхипотезата: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за повисоко ниво на користење на социјалните медиуми во споредба со машкиот пол.

Во однос на изложеноста на сексуализирани содржини, врската со полот ($r = -0.134$, $p = .070$) е негативна, но не е статистички значајна, што укажува дека нема доволно докази за изразени родови разлики во перцепцијата на сексуализираните медиумски пораки. Сепак, насоката на врската поддржува делумно потврдена похипотеза: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за повисоко ниво на перцепирана сексуализација во споредба со машкиот пол.

Телесната слика и полот ($r = -0.044$, $p = .550$) покажува многу слаба и статистички незначајна врска, што укажува дека во овој примерок нема значајни разлики помеѓу машките и женските адолесценти во нивното задоволство со сопствениот изглед. Ова делумно ја демантира потхипотезата: Женскиот пол кај адолесцентите е предиктор за пониско ниво на телесна слика во споредба со машкиот пол.

Во регресискиот модел, полот не покажува статистички значаен ефект врз телесната слика (B = 0.081, p = 0.148; β = 0.105), што ја потврдува заклучената слабост од корелацискатa анализа. Иако постои минимална тенденција жените да пријавуваат малку попозитивна телесна слика, овој ефект не е доволно изразен за да се смета статистички валиден.

Половите разлики се најизразени во однос на користењето на социјалните медиуми, додека во однос на изложеноста на сексуализирани содржини и телесната слика тие не се статистички значајни. Овие наоди укажуваат дека полот има улога во медиумската активност на адолесцентите, но не директно во нивната перцепција на телесниот изглед. Потхипотезите X2 (Женскиот пол предвидува пониска телесна слика) не се потврдуваат, додека X1 и X3 во однос на медиумската активност и сексуализацијата се делумно потврдени.

Социјалните медиуми се истражуваат како независна варијабла со цел да се измери степенот на активност, изложеност и ангажираност на младите во дигиталниот простор и нивниот потенцијален ефект врз перцепцијата на сопственото тело. Средната вредност за користење на социјалните медиуми покажува дека адолесцентите имаат умерено ниво на ангажираност, со умерена варијабилност (стандардна девијација). Овие резултати укажуваат дека во примерокот постои разновидност во интензитетот на користење на дигиталните платформи, што овозможува да се испита потенцијалната поврзаност со телесната слика и сексуализацијата.

Резултатите покажуваат позитивна и статистички значајна врска помеѓу користењето на социјалните медиуми и перцепцијата на сексуализација (r = .249, p = .001). Со оглед на насоката на скалата (поголеми вредности = помало користење), ова значи дека почестото користење на социјалните медиуми е поврзано со поголема изложеност на сексуализирани содржини. Овој наод го потврдува подхипотезата X1: Поголемата изложеност на социјалните медиуми кај адолесцентите предвидува понизок степен на задоволство од телесната слика.

Исто така, позитивната и статистички значајна корелација помеѓу користењето на социјалните медиуми и телесната слика (r = .271, p < .001) покажува дека поретката употреба на платформите е поврзана со попозитивна перцепција на телото, додека почестото користење е поврзано со понегативна самоперцепција. Ова сугерира дека

медиумската активност може да има индиректно влијание врз самоприфатеноста и психолошката благосостојба на младите.

Во регресискиот модел, користењето на социјалните медиуми се покажува како статистички значаен предиктор на телесната слика (B = 0.155, β = 0.214, p = 0.004). Позитивниот бета-коефициент укажува дека адолесцентите кои поретко користат социјални медиуми имаат тенденција да пријавуваат попозитивна телесна слика, додека оние кои почесто се активни се повеќе изложени на негативни влијанија врз самоперцепцијата.

Резултатите покажуваат дека користењето на социјалните медиуми претставува значаен предиктор на телесната слика кај адолесцентите. Поголемото користење е поврзано со поголема изложеност на сексуализирани содржини и потенцијално понегативна перцепција на телото. Овој наод ја потврдува подхипотезата X1 и ја истакнува улогата на медиумската активност како значаен психосоцијален фактор при предвидување на телесната слика кај младите.

Проблемот на истражувањето се проширува на испитување на сексуализацијата на телото како предиктор на телесната слика кај адолесцентите. Сексуализацијата се однесува на изложеноста на медиумски пораки што промовираат идеализирани и сексуализирани претстави за телото, атрактивноста и физичкиот изглед, кои можат да влијаат врз самоперцепцијата и задоволството од сопствениот изглед.

Резултатите покажуваат умерено ниво на перцепција на сексуализација кај адолесцентите, со доволна варијабилност што овозможува анализа на влијанието врз телесната слика. Овие податоци ја рефлектираат разновидноста во индивидуалната изложеност на медиумски пораки и во восприемањето на сексуализирани содржини.

Корелацијата помеѓу сексуализацијата и телесната слика е умерено силна и статистички значајна ($r = .453$, $p < .001$). Со оглед на насоката на скалата (поголеми вредности = помала изложеност), ова покажува дека адолесцентите со повисоко ниво на изложеност на сексуализирани содржини пријавуваат пониска или понегативна телесна слика, додека оние со помала изложеност пријавуваат попозитивна самоперцепција. Овој резултат ја потврдува подхипотезата X2: Поголемата изложеност на сексуализирани содржини предвидува понизок степен на задоволство од телесната слика

Дополнително, корелацијата со користењето на социјалните медиуми ($r = .249$, $p = .001$) покажува дека адолесцентите кои почесто се активни на платформите се и повеќе изложени на сексуализирани содржини, што укажува на можен медиумски пат преку кој дигиталната активност влијае на самоперцепцијата.

Во регресискиот модел, перцепцијата на сексуализација е најсилниот предиктор на телесната слика ($B = 0.170$, $\beta = 0.413$, $p < 0.001$). Позитивниот бета-коефициент покажува дека помала изложеност на сексуализирани содржини се поврзува со попозитивна телесна слика. Овој резултат ја потврдува важноста на медиумската изложеност како психосоцијален фактор и ја истакнува улогата на сексуализацијата во развојот на самоперцепцијата кај адолесцентите.

Резултатите јасно го потврдуваат значењето на сексуализацијата како предиктор на телесната слика кај адолесцентите. Поголемата изложеност на сексуализирани медиумски пораки е поврзана со пониска телесна слика, додека помалата изложеност ја поддржува позитивната самоперцепција. Овој наод го потврдува подхипотезата Х2 и ја нагласува важноста на медиумските фактори во психолошката благосостојба и градењето на здрава телесна слика кај младите.

Проблемот на ова истражување е насочен кон анализа на факторите кои можат да предвидат телесна слика кај адолесцентите, со посебен фокус на медиумската активност, изложеноста на сексуализирани содржини и родовите разлики. Телесната слика, како зависна варијабла, ја мери перцепцијата и задоволството на младите со сопствениот изглед, додека полот, користењето на социјалните медиуми и нивото на изложеност на сексуализирани содржини се разгледуваат како потенцијални предиктори.

Дескриптивната анализа покажува дека адолесцентите во примерокот имаат умерено позитивна телесна слика, со приближно нормална и стабилна распределба на податоците. Во однос на користењето на социјалните медиуми, резултатите укажуваат на умерено ниво на ангажман, при што почестата активност е поврзана со поголема изложеност на сексуализирани содржини. Сексуализацијата се покажа како фактор со значително влијание врз перцепцијата на телото: поголемата изложеност на сексуализирани медиумски пораки е поврзана со понегативна телесна слика. Полот има улога во медиумската активност, односно девојчињата почесто користат социјални медиуми, но не претставува значаен предиктор на самата телесна слика.

Корелациските анализи потврдуваат предиктивната улога на медиумските фактори. Врската помеѓу користењето на социјалните медиуми и телесната слика ($r = .271$, $p < .001$) укажува дека поретка употреба е поврзана со попозитивна перцепција на телото, додека поголемата изложеност на сексуализирани содржини ($r = .453$, $p < .001$) е поврзана со понегативна перцепција. Полот, со многу слаба и статистички незначајна врска со телесната слика ($r = –0.044$, $p = .550$), покажува дека во овој примерок родот сам по себе не е релевантен предиктор за задоволство со сопствениот изглед.

Регресиската анализа дополнително ја потврдува предвидувачката улога на медиумските фактори. Како најсилен предиктор се покажа изложеноста на сексуализирани содржини ($\beta = 0.413$, $p < .001$), додека користењето на социјалните медиуми исто така има статистички значаен ефект ($\beta = 0.214$, $p = 0.004$). Полот, иако е вклучен во моделот, не покажува значајно предвидување ($\beta = 0.105$, $p = 0.148$).

Посебно внимание е посветено на релевантните контролните варијабли- возраст (рана, средна, доцна адолесценција), како и местото на живеење (урбано или рурално). Тие се вклучени во анализа за да се избегне влијанието на конфузни фактори и да се осигура дека откриените ефекти на медиумската активност и сексуализацијата врз телесната слика се вистински, а не резултат на различните демографски или контекстуални варијабли. Дополнително беше вклучено и прашањето, на која социјална мрежа адолесцентите го поминуваат најчесто своето време. Ова ја зголемува валидноста на наодите и обезбедува јасна слика за специфичниот психосоцијален контекст на адолесцентите.

Во целост, овие резултати укажуваат дека психосоцијалните фактори поврзани со медиумската средина имаат суштинска улога во предвидувањето на телесната слика кај адолесцентите. Почестата активност на социјалните медиуми и поголемата изложеност на сексуализирани содржини можат да придонесат кон понегативна перцепција на телото, додека контролираното и умерено користење, заедно со пониска изложеност на сексуализирани содржини, може да служи како заштитен фактор. Овие наоди обезбедуваат основа за понатамошни истражувања и развој на интервенции насочени кон поддршка на здрава телесна слика кај адолесцентите.

ЗАКЛУЧОК

Проблемот на ова истражување беше насочен кон анализа на факторите кои го предвидуваат формирањето на телесната слика кај адолесцентите, со посебен акцент на медиумската активност, изложеноста на сексуализирани содржини и родовите разлики. Телесната слика се дефинира како когнитивна и емоционална перцепција на поединецот за сопствениот физички изглед (Cash & Pruzinsky, 2002), која вклучува и степен на задоволство или незадоволство од телото.

Во добиените резултати, адолесцентите покажаа умерено позитивна телесна слика, но истовремено беше утврдено дека зголеменото користење на социјалните медиуми и повисоката изложеност на сексуализирани содржини водат кон пониски нивоа на задоволство од сопствениот изглед. Според корелациската анализа, изложеноста на сексуализирани содржини има силна негативна врска со телесната слика ($r = .453$, $p < .001$), што укажува дека повисоката изложеност предизвикува поголемо незадоволство. Овој резултат е во целосна согласност со мета-анализата на Грос, Левин и Мурнен (Groesz, Levine & Murnen, 2002), според кои младите девојки изложени на медиумски слики за „идеал за тенко тело“, доживуваат зголемено незадоволство и негативни емоции во врска со своето тело. И во ова истражување, ефектот е поизразен кај женските испитаници, иако полот сам по себе не се покажа како значаен предиктор, што може да се должи на културната и медиумската хомогенизација на стандардите за убавина во дигиталната ера.

Како што покажало истражувањето на Мејб, Форни и Кил (Mabe, Forney & Keel, 2014), користењето на Facebook го одржува фокусот на адолесцентките кон нивната телесна форма и тежина, особено преку споредби со врсници. Кај испитаниците од ова истражување, повисоката изложеност на социјалните мрежи се покажа како значаен предиктор на намалено задоволство од телесната слика, особено кај девојките. Дополнително, се истакнува и улогата на сексуализацијата, односно кај испитаниците, повисоката изложеност на сексуализирани содржини на социјалните мрежи е значајно поврзана со намалено задоволство од телесната слика. Истото го покажуваат и истражувањата на Хаферкамп и соработници (Haferkamp et al., 2012), односно тоа дека социјалните мрежи, нудејќи голем број портрет-фотографии, може да предизвикаат незадоволство не само од телото, туку и од лицето и другите физички карактеристики.

Во ова истражување, иако не беше утврдена статистички значајна родова разлика, сепак се забележува дека девојчињата почесто користат социјални медиуми и се изложени на сексуализирани содржини, што се совпаѓа со наодите на Далгрен и соработниците (Dahlgren et al., 2024), според кои девојките почесто интернализираат „тенок идеал“, додека момчињата се повеќе фокусираат на „мускулестиот идеал“. Овој тренд укажува на тоа дека медиумската средина различно ги моделира перцепциите на двата пола, но резултира со сличен ефект, односно зголемено незадоволство од сопствениот изглед.

Релевантните варијабли, возраста и местото на живеење, беа вклучени како контрола за можните влијанија врз зависната варијабла. Возраста беше поделена на рана, средна и доцна адолесценција, бидејќи различните фази на адолесценцијата се карактеризираат со различен степен на психосоцијален развој и подложност на медиумски влијанија (Erikson, 1968). Местото на живеење, урбано или рурално, беше земено предвид како контрола поради можните разлики во достапноста до медиуми и нивното влијание врз телесната слика. Вклучувањето на овие варијабли овозможи поцелосна контрола на потенцијалните влијанија и обезбеди посеопфатен пристап при анализа на врските меѓу медиумската активност, сексуализацијата и телесната слика кај адолесцентите.

Сумирано, резултатите од ова истражување се компатибилни со претходните меѓународни студии и ја потврдуваат општата хипотеза дека медиумската изложеност и сексуализираните содржини претставуваат значајни психосоцијални предиктори на телесната слика кај адолесцентите (Groesz et al., 2002; Tiggemann & McGill, 2004; Mabe et al., 2014). Исто така, нашите податоци се согласуваат со наодите на Далгрен и соработниците (Dahlgren et al., 2024), според кои процесот на интернализација на медиумските пораки е присутен кај момчињата и девојчињата, но со различна содржинска насоченост, кон тенок изглед кај девојките и мускулест кај момчињата. Во нашиот примерок, полот не се покажува како статистички значаен предиктор на телесната слика, иако постојат разлики во нивната медиумска изложеност.

Натаму, истражувањето на Тигеман и МекГил (Tiggemann & McGill, 2004) покажува дека краткотрајната експозиција на медиумски слики кои промовираат идеален тенок изглед значително ја зголемува преокупираноста на адолесцентките со нивната телесна форма и истото предизвикува незадоволство од сопственото тело. Овие наоди се во согласност со резултатите од статистичката анализа, каде што се покажа дека повисоката

изложеност на социјални мрежи и сексуализирани содржини предвидува намалено задоволство од телесната слика кај девојките.

Дополнително, истражувањето на Далгрен, Сундгот-Борген, Квалем, Венерсберг и Вистинг (Dahlgren, Sundgot-Borgen, Kvalem, Wennersberg & Wisting, 2024) покажува дека изложеноста на социјални медиуми е поврзана со нарушувања во исхраната и негативна самоперцепција, особено кај девојките. Нашите резултати како што веќе беше напоменато се во согласност со ова, при што повисокото користење на социјалните медиуми и поголемата изложеност на сексуализирани содржини предвидуваат понегативна телесна слика. Иако нашето истражување не се фокусираше директно на нарушувања во исхраната, овие наоди ја потврдуваат ранливоста на адолесцентите кон медиумските идеали и укажуваат на потенцијалниот ризик за развој на психолошки и телесни проблеми поврзани со перцепцијата на телесната слика.

ИМПЛИКАЦИИ, ОГРАНИЧУВАЊА И ПРЕПОРАКИ ЗА ИДНИ ИСТРАЖУВАЊА

Резултатите од ова истражување укажуваат на значајната улога на медиумската изложеност и сексуализираните содржини врз телесната слика кај адолесцентите. Психолошките импликации се јасни: поголемата активност на социјалните медиуми и честата изложеност на сексуализирани пораки можат да предизвикаат понегативна самоперцепција и потенцијално да влијаат врз развојот на телесни и психолошки проблеми, како што се анксиозност и ниска самодоверба. Овие наоди го потенцираат значењето на раното препознавање на ризиците поврзани со медиумската активност и создавањето на интервенции насочени кон заштита на психолошката благосостојба кај младите.

Една од клучните импликации на ова истражување е потребата за развој на програми за медиумска писменост, кои ќе им помогнат на адолесцентите критички да ги обработуваат содржините на социјалните медиуми и да ја намалат интернализацијата на идеализираните стандарди на убавина (Papageorgiou, Cross & Fisher, 2023). Дополнително, резултатите упатуваат на важноста на родово чувствителни интервенции, бидејќи девојките и момчињата се изложени на различни идеали (тенкиот идеал кај девојките и мускулестиот идеал кај момчињата) и соодветно различно реагираат на медиумските пораки (Dahlgren et al., 2024; Fridens, Holm, Haugen et al., 2023). Образовните програми, особено во рамките на училиштата, можат да овозможат поддршка за критичка анализа на медиумите и градење на реалистична телесна слика, како и подигање на свесноста за влијанието на сексуализираните содржини.

Меѓутоа, ова истражување има и неколку ограничувања што треба да се земат предвид при интерпретацијата на резултатите. Прво, податоците се прибрани преку самопријавување, што може да внесе пристрасност и субјективност, особено во прашања поврзани со перцепцијата на телото и изложеноста на медиумските содржини. Адолесцентите можат да потценат или зголемат својата активност на социјалните медиуми, нивната изложеност на сексуализирани содржини како и доживувањето на сликата за сопственото тело. Второ, големината и составот на примерокот може да ја ограничи генерализацијата на наодите, бидејќи примерокот е ограничен на одредена возраст, регион и културен контекст. Трето, некористењето на рандомизација при изборот на учесници

може да влијаат врз резултатите. Четврто, културните и социјалните фактори кои не се контролирани во ова истражување, како семејното опкружување, воспитниот стил или медиумската средина дома, можат да модифицираат влијанието на медиумите врз телесната слика. Исто така, истражувањето се базира на крос-секционален дизајн, што овозможува анализа на корелации, но не овозможува јасно утврдување на причинско-последични врски помеѓу медиумската активност, сексуализираните содржини и телесната слика.

Во однос на идни истражувања, се препорачува употреба на поголеми и поразновидни примероци, со случајна (рандомизирана) селекција на учесници од различни региони и социјални средини, со цел резултатите да бидат поопшти и репрезентативни за целата популација на адолесценти. Користење на лонгитудинални дизајни би овозможило следење на развојот на телесната слика во текот на адолесценцијата и би помогнало да се утврдат причинско-последични врски. Дополнително, идните истражувања можат да ја вклучат стручно оценета или објективна проценка на медиумската изложеност, како што се дигитални тракери за времето поминато на различни платформи, за да се намали пристрасноста од самопријавување.

Препорачливо е исто така да се проучува влијанието на специфични платформи и типови содржини (на пример, TikTok, Instagram, YouTube, кратки видеа, портрет-фотографии, реклами за убавина), како и да се разгледаат контролни фактори, како родот, возраста, место на живеење (урбано/рурално), социјална поддршка и семејна средина. Вклучувањето на овие варијабли би овозможило понијансирана анализа на тоа кои медиумски искуства и лични фактори најмногу влијаат врз телесната слика и психолошката благосостојба.

Сумирано, идните истражувања треба да комбинираат методолошки строги дизајни, поголеми и рандомизирани примероци, лонгитудинално следење и објективни мерења на медиумска изложеност, како и контрола на релевантни демографски и социјални варијабли. Овој пристап ќе овозможи подобро разбирање на комплексниот однос помеѓу медиумите и телесната слика и ќе создаде база за развој на ефективни интервенции и образовни програми, со цел промоција на здрава телесна слика и психолошка благосостојба кај адолесцентите.

Вклучувањето на ограничувањата и препораките во ова истражување придонесува на повеќе значајни начини. Прво, со јасно наведување на ограничувањата, истражувањето

станува транспарентно и критички релевантно. Читателите можат да ја согледаат можната влијателност на различни фактори врз резултатите, што ја зголемува довербата во заклучоците и во методолошката строгост на студијата.

Препораките за идни истражувања, како што се користење поголеми и рандомизирани примероци, лонгитудинални дизајни и објективни мерења на медиумската изложеност, создаваат основа за натамошна анализа која ќе овозможи појасна и прецизна проценка на причинско-последичните врски меѓу медиумската активност, изложеноста на сексуализирани содржини и телесната слика кај адолесцентите.

Истражувањето не само што ја потврдува улогата на медиумите и сексуализираните содржини, туку и укажува на можни интервенции, како што се образовни програми, како и медиумска писменост, кои можат да се применат во училиштата и за адолесцентите, со цел намалување на ризикот од негативно влијание врз телесната слика.

Ограничувањата како самопријавување, културен контекст и пристап до различни медиуми ги поставуваат резултатите во соодветен контекст и ја олеснуваат споредбата со други студии и популации. Овој аспект овозможува да се согледаат границите на генерализација на наодите, но истовремено ја потврдува важноста на методолошката строгост. И конечно, препораките ја потенцираат потребата од интердисциплинарен пристап, кој комбинира психолошки, социјални и медиумски перспективи. Ова го проширува применливиот опсег на резултатите и ја зголемува нивната важност за развој на јавни политики и програми за ментално здравје, овозможувајќи создавање стратегии за поддршка на адолесцентите и промоција на здрава телесна слика.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Adelson, J. (1980). The adolescent: Development, relationships, and culture. Boston: Houghton Mifflin.
2. Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., & Ong, F. S. (2016). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. Computers in Human Behavior, 64, 1-8. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.012
3. Ahern, L., Bennett, K., & Hetherington, R. (2008). Cognitive associations and development. Journal of Adolescent Research, 23(4), 412-430.
4. Alleva, J. M., & Tylka, T. L. (2021). The body functionality construct: A scoping review of the literature. Body Image, 36, 149-171. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.006
5. American Psychological Association. (2007). Report of the APA task force on the sexualization of girls. Washington, DC: APA. https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf
6. Anderson-Eve, E. P. (2015). Body, mind, and neuro-western cultures. In S. Cash (Ed.), Body Image: Advances in Science, Practice, and Prevention (2nd ed., pp. 244-252). Guilford Press.
7. Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens' social media habits and experiences. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/
8. Arim, R. G., Shapka, J. D., & Dahinten, V. S. (2006). Body dissatisfaction among adolescents: The role of pubertal development. Journal of Youth and Adolescence, 35(6), 851-862. https://doi.org/10.1007/s10964-006-9077-0
9. Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. American Psychologist, 55(5), 469-480.
10. Aubrey, J. S. (2006). Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in young women. Sex Roles, 55(5-6), 297-308.
11. Aubrey, J. S., & Frisby, C. M. (2011). Effects of sexualized media images on perceptions of women and their appearance. Sex Roles, 65(1-2), 78-92. https://doi.org/10.1007/s11199-011-9931-0
12. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
13. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

14. Bandura, A. (2009). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & M. Oliver (Eds.), *Media effects* (3rd ed.). Routledge.
15. Bair, C. L., Kelly, N. R., Serdar, K. L., & Mazzeo, S. E. (2012). Media use and body image concerns in adolescent girls. *Eating Behaviors, 13*(2), 145–148. https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2012.01.005
16. Baron, R., Straus, M., et al. (1988). *Cultural spillover and aggression: Theoretical perspectives*. Springer.
17. Baxter Magolda, M. B. (2008). *Self-authorship: The foundation for twenty-first-century education.* Jossey-Bass.
18. Bearman, S. K., Presnell, K., Martinez, E., & Stice, E. (2006). The skinny on body dissatisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence, 35*, 229–241. https://doi.org/10.1007/s10964-005-9010-9
19. Becker, A. E. (2004). Television, disordered eating, and young women in Fiji: Negotiating body image and identity during rapid social change. *Culture, Medicine, and Psychiatry, 28,* 533–559.
20. Bell, B. T., Cassarly, J., & McIntyre, K. (2018). Selfie objectification: Self-objectification and positive feedback ("likes") are associated with frequency of posting objectifying self-images on social media. *Body Image, 26,* 101–108. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.005
21. Beasley, B., & Standley, T. C. (2002). Shirts vs. skins: Clothing as an indicator of gender role stereotyping in video games. *Mass Communication & Society, 5*(3), 279–293. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_3
22. Berg, K. C., Frazier, P., & Sherr, L. (2009). Change in eating disorder attitudes and behavior in college women: Prevalence and predictors. *Eating Behaviors, 10*, 137–142. https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2009.03.003
23. Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2020). The effect of social media on well being differs from adolescent to adolescent. *Scientific Reports, 10*(1), 10763. https://doi.org/10.1038/s41598-020-67727-7
24. Blakemore, S. J., & Mills, K. L. (2014). Is adolescence a sensitive period for sociocultural processing? Annual Review of Psychology, 65, 187–207.
25. Boer, M., Stevens, G., Finkenauer, C., & van den Eijnden, R. (2020). Attention deficit hyperactivity disorder-symptoms, social media use intensity, and social media use problems

in adolescents: Investigating directionality. *Child Development, 91*(4), e853–e865. https://doi.org/10.1111/cdev.13334

26. Bourdieu, P. (2018). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429494338
27. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 210–230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
28. Bozsik, F., Szentagotai-Tătar, A., & Szabó, M. (2018). The rising importance of muscularity in the thin ideal female body. *Body Image, 26*, 1–9. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.003
29. Brewster, M. E., Sandil, R., DeBlaere, C., Breslow, A., & Eklund, A. (2017). "Do you even lift, bro?" Objectification, minority stress, and body image concerns for sexual minority men. *Psychology of Men & Masculinity, 18*(2), 87–98. https://doi.org/10.1037/men0000043
30. Brewster, M. E., Velez, B. L., Breslow, A. S., & Geiger, E. F. (2019). Unpacking body image concerns and disordered eating for transgender women: The roles of sexual objectification and minority stress. *Journal of Counseling Psychology, 66*(2), 131–142. https://doi.org/10.1037/cou0000333
31. Brownell, K. D. (1991). Dieting and the search for the perfect body: Where physiology and culture collide. *Behavior Therapy, 22*(1), 1–12. https://doi.org/10.1016/S0005-7894(05)80239-4
32. Buote, D. M., Wilson, K. E., Strahan, E. J., & Gazzola, S. H. (2011). Body ideals in women: The role of social comparison. *Body Image, 8*(3), 210–218. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.03.001
33. Bussey, K., & Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of gender development and differentiation. *Psychological Review, 106*(4), 676–713. https://doi.org/10.1037/0033-295X.106.4.676
34. Cafri, G., Yamamiya, Y., & Brannick, M. T. (2005). The influence of sociocultural factors on body image: A meta-analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice, 12*(4), 421–433. https://doi.org/10.1093/clipsy.bpi053
35. Calogero, R. M., Tantleff-Dunn, S., & Thompson, J. K. (2009). *Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions*. American Psychological Association.

36. Calogero, R. M., Tantleff-Dunn, S., & Thompson, J. K. (2010). *Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions*. American Psychological Association.
37. Carlson Jones, D. (2001). Body image among adolescent girls and boys: A longitudinal study of gender differences and social comparison processes. *Sex Roles, 45*(7–8), 491–506. https://doi.org/10.1023/A:1014818506743
38. Carey, R. N., Donaghue, N., & Broderick, P. (2014). Body image concern among Australian adolescent girls: The role of body comparisons with models and peers. *Body Image, 11*, 81–84. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.09.006
39. Carter, B., Forrest, L., & Kaida, A. (2017). The impact of social media on body image and eating behaviors among adolescents. *Adolescent Research Review, 2*(4), 285–297. https://doi.org/10.1007/s40894-017-0062-1
40. Carville, O. (2022, November 30). TikTok's viral challenges keep luring young kids to their deaths. Bloomberg. Retrieved from https://www.bloomberg.com/news/features/2022-11-30/istiktok-responsible-if-kids-die-doing-dangerous-viral-challenges
41. Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image, 1*(1), 1–5. https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1
42. Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: Guilford Press.
43. Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication, 1*, 238–266.
44. Charmaraman, L., Hernandez, J., & Hodes, R. (2022). Marginalized and understudied populations using digital media. In J. Nesi, E. Telzer, & M. Prinstein (Eds.), Handbook of adolescent digital media use and mental health (pp. 188–214). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108976237.011
45. Clark, J. L., Algoe, S. B., & Green, M. C. (2018). Social network sites and well-being: The role of social connection. *Current Directions in Psychological Science, 27*(1), 32–37. https://doi.org/10.1177/0963721417730833
46. Cohen, R., Blaszczynski, A. (2015). Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. *Journal of Eating Disorders*. https://doi.org/10.1186/s40337-015-0061-3

47. Cohen, R., Irwin, L., & Newton-John, T. (2019). Body positivity and fat acceptance movements: Emerging research and implications. *Psychology of Popular Media Culture, 8*(2), 123–134. https://doi.org/10.1037/ppm0000183
48. Collins, W. A., & Sroufe, L. A. (1999). Developmental psychology and developmental psychopathology: The interface. *Development and Psychopathology, 11*(3), 445–456.
49. Confalonieri, E., Gatti, D., Ionio, C., & Traficante, D. (2008). Adolescents' body dissatisfaction: Psychosocial and developmental correlates. *Eating and Weight Disorders, 13*(4), e104–e112. https://doi.org/10.1007/BF03327701
50. Cook, S., & Kaiser, S. (2004). Sexualization and media influence. *Journal of Adolescent Research, 19*(2), 121–140.
51. Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science, 32*(5), 554–571. https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554
52. Dahlgren, C. L., Sundgot-Borgen, C., Kvalem, I. L., Wennersberg, A.-L., & Wisting, L. (2024). Further evidence of the association between social media use, eating disorder pathology and appearance ideals and pressure: A cross-sectional study in Norwegian adolescents. *Journal of Eating Disorders, 12*, Article 34. https://doi.org/10.1186/s40337-024-00992-3
53. Dalbudak, E., Evren, C., Aldemir, S., & Evren, B. (2013). Internet addiction and its association with psychiatric symptoms among adolescents. *Comprehensive Psychiatry, 54*(6), 677–684. https://doi.org/10.1016/j.comppsych.2013.02.010
54. David Satcher. (2001). *The Surgeon General's Call to Action to Promote Sexual Health and Responsible Sexual Behavior*. Office of the Surgeon General.
55. Denis McQuail. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications.
56. de Valle, M. V., & Fardouly, J. (2021). Social media and body image: Relationships between social media use and body image concerns among adolescents. *Journal of Social and Clinical Psychology, 40*(2), 144–162. https://doi.org/10.1521/jscp.2021.40.2.144
57. Dill, K. E., & Thill, K. P. (2007). Video game characters and the socialization of gender roles: Young people's perceptions mirror sexist media depictions. *Sex Roles, 57*(11–12), 851–864. https://doi.org/10.1007/s11199-007-9278-1

58. Dimitrov, D., & Kroumpouzos, G. (2023). Beauty perception: A historical and contemporary review. *Clinics in Dermatology, 41*(1), 33–40. https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2022.10.002
59. Duschinsky, R. (2012). The emergence of sexualisation as a social problem: 1981–2010. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society, 20*(1), 137–156. https://doi.org/10.1093/sp/jxs016
60. Dyer, C. (2022). Social media content contributed to teenager's death "in more than a minimal way," says coroner. *BMJ (Clinical research ed.), 379*, o2374. https://doi.org/10.1136/bmj.o2374
61. Dyson, M. P., Hartling, L., Shulhan, J., Chisholm, A., Milne, A., Sundar, P., Scott, S. D., & Newton, A. S. (2016). A systematic review of social media use to discuss and view deliberate self-harm acts. *PLoS ONE, 11*(5), e0155813. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0155813
62. Ellen E. Fitzsimmons Craft, Anna M. Bardone Cone & Kathleen A. Kelly (2011). Objectified Body Consciousness in Relation to Recovery from an Eating Disorder. Eating Behaviors, 12(4), 302 308.
63. Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.
64. Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification in young women. *Psychology of Women Quarterly*. http://dx.doi.org/10.1177/0361684315581841
65. Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image, 12*, 82–88. http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004
66. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*(2), 117–140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202
67. Field, A. E., Cheung, L., Wolf, A. M., Herzog, D. B., & Gortmaker, S. L. (1999). Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics, 103*(3), e36. https://doi.org/10.1542/peds.103.3.e36
68. Flynn, M. A., Morin, D. T., Park, S., & Stana, A. (2015). Anything but real: Body idealization and objectification of MTV docusoap characters. *Sex Roles, 72*, 173–182. https://doi.org/10.1007/s11199-015-0464-2

69. Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences, 76,* 161–165. http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017
70. Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. International Journal of Environmental Research and Public Health, 15(10), 2319. https://doi.org/10.3390/ijerph15102319
71. Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly, 21*(2), 173–206. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x
72. Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Noll, S. M., Quinn, D. M., & Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology, 75*(1), 269–284.
73. Fikkers, K. M., Piotrowski, J. T., & Valkenburg, P. M. (2013). Exposure to prosocial and violent media content: Relations with children's empathy and aggressive behavior. *Journal of Youth and Adolescence, 42*(7), 1054–1065. https://doi.org/10.1007/s10964-013-9936-7
74. Fishbein, M., & Cappella, J. N. (2006). The role of theory in developing effective health communications. *Journal of Communication, 56*(Suppl_1), S1–S17. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00299.x
75. Fridens, A., Holm, K., Haugen, T., et al. (2023). [Title of study on social media, eating disorders, and body ideals among adolescents]. [Journal/Publisher].
76. Frisen, A., & Holmqvist, K. (2010). Physical, sociocultural, and behavioral factors associated with body-esteem in 16-year-old Swedish boys and girls. *Sex Roles, 63*(5–6), 373–385.
77. Frison, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, posting, and liking on Instagram: The reciprocal relationships with adolescents' depressed mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20*(10), 603–609. https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0703
78. Fuhrmann, D., Knoll, L. J., & Blakemore, S. J. (2015). Adolescence as a sensitive period of brain development. Trends in Cognitive Sciences, 19(10), 558–566. https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.07.008

79. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 17–40). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
80. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 43–67). Lawrence Erlbaum Associates.
81. Gill, R., & Elias, A. (2014). Body image and the media: The role of social comparison. *Psychology of Women Quarterly, 38*(3), 358–370. https://doi.org/10.1177/0361684313517494
82. GlobalWebIndex. (2015). GlobalWebIndex's quarterly report on the latest trends in social networking. http://insight.globalwebindex.net/social-q1-2015
83. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York, NY: Anchor Books.
84. Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(1–2), 79–83. https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411
85. Gorrell, S., et al. (2019). Eating disorders in males. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America, 28*(4), 641–651.
86. Garcia, D., & Halldorsson, F. (2018). Social comparison on social networking sites. Journal of Research in Personality, 74, 1–10. https://doi.org/10.1016/j.jrp.2018.02.004
87. Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders, 31*(1), 1–16. https://doi.org/10.1002/eat.10005
88. Grogan, S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (3rd ed.). London: Routledge.
89. Grogan, S., & Richards, H. (2002). Body image: Focus groups with boys and men. *Men and Masculinities, 4*(2), 219–232.
90. Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A.-M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*(2), 91–98. https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0151

91. Hanna, E., Chen, X., & Bonner, C. (2017). Identity management and self-presentation on social media. Journal of Social Media Studies, 5(2), 45–60.
92. Harriger, J. A., & Thompson, J. K. (2023). Body positivity and fat acceptance movements: Emerging research and implications. *Psychology of Popular Media Culture, 12*(1), 1–15. https://doi.org/10.1037/ppm0000315
93. Hart, J., Albarracín, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., & Merrill, L. (2009). Feeling validated versus being correct: A meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin, 135*(4), 555–588. https://doi.org/10.1037/a0015701
94. Harter, S. (2012). *The construction of the self: Developmental and sociocultural foundations*. Guilford Press.
95. Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1996). Body image and eating disorders. In *Handbook of Counseling Psychology* (2nd ed., pp. 347–376).
96. Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. (2010). Development and validation of the Body Image Distress Scale. *Eating Behaviors, 11*(1), 1–8. https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2009.07.003
97. Hew, K. F. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior, 27*, 662–676. http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.11.020
98. Holbert, R. L., & Stephenson, M. T. (2003). Structural influence theory in political communication. *Communication Theory, 13*(3), 209–235. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2003.tb00276.x
99. Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image, 17*, 100–110. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008
100. Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Computers in Human Behavior, 115*, 106600. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106600
101. Hollis, C., Livingstone, S., & Sonuga Barke, E. (2020). Editorial: The role of digital technology in children and young people's mental health – a triple edged sword? Journal of Child Psychology and Psychiatry, and Allied Disciplines, 61(8), 837 841. https://doi.org/10.1111/jcpp.13302

102. Huesmann, L. R. (1998). The role of social learning in the development of aggressive behavior. *Aggressive Behavior, 24*(3), 161–179.

103. Hunter, M. R. (2011). *Reflections of body image in art therapy: Exploring self through metaphor and multi-media*. Jessica Kingsley Publishers.

104. Huston, A. C., & Wright, J. C. (1998). Mass media and children's development. In N. Eisenberg (Ed.), *Handbook of child psychology* (5th ed., Vol. 4, pp. 999–1058). New York, NY: Wiley.

105. Johnston, L., Smith, A., & Brown, K. (2013). Online social interaction and perceived social support among adolescents. *Journal of Adolescent Research, 28*(4), 421–445. https://doi.org/10.1177/0743558412471234

106. Jones, D. C., Vigfusdottir, T., & Lee, Y. (2004). Body image and appearance culture among adolescent girls and boys: Friend conversations, peer criticism, appearance magazines, and internalization of appearance ideals. *Journal of Adolescent Research, 19*(3), 323–339.

107. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

108. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media [Extended discussion on classification].

109. Karim, F., Oyewande, A. A., Abdalla, L. F., Chaudhry, R. E., & Khan, S. (2020). Social media use and its connection to mental health: A systematic review. *Cureus, 12*(6), e8627. https://doi.org/10.7759/cureus.8627

110. Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.

111. Kemph, J. P. (1969). Erik H. Erikson. *Identity, youth and crisis*. *Behavioral Science, 14*(2), 154–159.

112. Kessler, R. C., Amminger, G. P., Aguilar-Gaxiola, S., Alonso, J., Lee, S., & Ustün, T. B. (2007). Age of onset of mental disorders: A review of recent literature. Current Opinion in Psychiatry, 20(4), 359–364. https://doi.org/10.1097/YCO.0b013e32816ebc8c

113. Khalaf, A. M., Alubied, A. A., Khalaf, A. M., & Rifaey, A. A. (2023). The impact of social media on the mental health of adolescents and young adults: A systematic review. *Cureus, 15*(8), e42990. https://doi.org/10.7759/cureus.42990

114. Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior, 48*, 331–339. http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.009

115. Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. Free Press.

116. Knobloch-Westerwick, S. (2015). The selective exposure self- and affect-management (SESAM) model: Applications in the realms of race, politics, and health. *Communication Research, 42*(7), 959–985. https://doi.org/10.1177/0093650215595077

117. Lai, C., Lim, M., & Chua, T. H. H. (2018). The role of social media in adolescent learning and peer relationships. *Computers & Education, 123*, 1–13. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.04.004

118. Lawler, M., & Nixon, E. (2011). Body dissatisfaction and disordered eating in adolescent girls: The role of media internalization. *Body Image, 8*(3), 223–230. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.03.003

119. Lawrence, E., & Ringrose, J. (2018). Mediated affect & feminist solidarity: Teens using Twitter to challenge rape culture in and around school. In T. Sampson, D. Ellis, & S. Maddison (Eds.), *Affect and social media*. Rowman & Littlefield.

120. Liebert, R. M., & Schwartzberg, N. S. (1977). Effects of mass media. *Annual Review of Psychology, 28*, 141–173. https://doi.org/10.1146/annurev.ps.28.020177.001041

121. Liu, R. T., Steele, S. J., Hamilton, J. L., Do, Q. B. P., Furbish, K., Burke, T. A., Martinez, A. P., & Gerlus, N. (2020). Sleep and suicide: A systematic review and meta-analysis of longitudinal studies. Clinical Psychology Review, 81, 101895. https://doi.org/10.1016/j.cpr.2020.101895

122. Mabe, A. G., Forney, K. J., & Keel, P. K. (2014). Do you "like" my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders, 47*, 516–523. http://dx.doi.org/10.1002/eat.22254

123. Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*(6), 446–458. https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001

124. Mares, M. L., Oliver, M. B., & Cantor, J. (2008). Age differences in adults' emotional motivations for exposure to films. *Media Psychology, 11*, 488–511. https://doi.org/10.1080/15213260802290334

125. Martinsen, E. W. (2008). Physical activity in the prevention and treatment of anxiety and depression. Nordic Journal of Psychiatry, 62, 25–29. https://doi.org/10.1080/08039480802315640

126. Mascheroni, G., Ponte, C., & Jorge, A. (2015). Media and peer influence on adolescents: Online exposure to sexualized content. *Journal of Children and Media, 9*(4), 437–452. https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1081182

127. Mathewson, M. L. (2019). The impact of social media usage on Missouri State University students' mental health. Journal of Student Affairs, 29, 146–160.

128. Mayo, E., & Nairn, A. (2009). Adolescent responses to advertising: Emotional and cognitive aspects. *Journal of Consumer Research, 36*(4), 583–596.

129. McCall, L. (2012). Media exposure and body image concerns in adolescent girls. *Journal of Youth Studies, 15*(2), 207–222.

130. McCabe, M. P., & Ricciardelli, L. A. (2004). Body image dissatisfaction among males across the lifespan: A review of past literature. *Journal of Psychosomatic Research, 56*(6), 675–685.

131. McCabe, M. P., Ricciardelli, L. A., Waga, G., et al. (2009). Body image and change strategies among adolescent males and females from Fiji, Tonga, and Australia. *Body Image, 6*(4), 299–303.

132. McKinley, N. M. (1999). Women and objectification: A theory and research overview. *Psychology of Women Quarterly, 23*(1), 81–100.

133. McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly, 20*(2), 181–215. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x

134. McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders, 48*(8), 1132–1140. https://doi.org/10.1002/eat.22449

135. McLeod, E., Salm, R., Green, A., & Almany, J. (2009). Designing marine protected area networks to address the impacts of climate change. *Frontiers in Ecology and the Environment, 7*(7), 362–370. https://doi.org/10.1890/070211

136. McLaren, L., & Kuh, D. (2004). Women's body dissatisfaction, social class, and social mobility. *Social Science & Medicine, 58*(9), 1575–1584.

137. McNair, B. (2002). *Striptease culture: Sex, media and the democratization of desire*. Routledge.

138. Melker, A. (2013). Media influence on adolescent body image. *Scandinavian Journal of Psychology*, *54*(3), 228–236.

139. Moradi, B., Dirks, D., & Matteson, A. (2005). Body image, self-objectification, and psychological outcomes. *Journal of Counseling Psychology, 52*(4), 590–600.

140. Moradi, B., & Huang, Y.-P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly, 32*(4), 377–398.

141. Must, A., & Strauss, R. S. (1999). Risks and consequences of childhood and adolescent obesity. *International Journal of Obesity*, *23*(S2), S2–S11. https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0800852

142. Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*, *118*(4), 683–698. https://doi.org/10.1037/a0016763

143. NASEM (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine). (2019). *The promise of adolescence: Realizing opportunity for all youth.* The National Academies Press. https://doi.org/10.17226/25388

144. Nathanson, A. I. (2001). Mediation of children's television viewing: Working toward conceptual clarity and common understanding. *Communication Yearbook, 25*, 115–151. https://doi.org/10.1080/23808985.2001.11679002

145. Neighbors, L. A., & Sobal, J. (2007). Prevalence and magnitude of body weight and shape dissatisfaction among university students. *Eating Behaviors, 8*, 429–439. http://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2007.03.003

146. Neumark-Sztainer, D. (2005). *I'm, like, SO fat!: Helping your teen make healthy choices about eating and exercise in a weight-obsessed world*. Guilford Press.

147. Neumark-Sztainer, D., Paxton, S. J., Hannan, P. J., Haines, J., & Story, M. (2006). Does body satisfaction matter? Five-year longitudinal associations between body satisfaction and health behaviors in adolescent females and males. *Journal of Adolescent Health, 39*(2), 244–251. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2005.12.001

148. Niva, P. (2019). The experience of embodiment construct: Reflecting the quality of embodied lives. Bo T. L. Tylka & N. Piran (Eds.), *Handbook of Positive Body Image and Embodiment: Constructs, Protective Factors, and Interventions* (стр. 11–21). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/medpsych/9780190841874.003.0002

149. Nussbaum, M. C. (1995). Objectification. *Philosophy & Public Affairs, 24*(4), 249–291.

150. O'Brien, K. (2015). Social media and adolescent body image: Influences and interventions. *Journal of Adolescent Health, 57*(4), 364–369. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2015.05.015

151. Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Annual research review: Adolescent mental health in the digital age: Facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry, 61*(3), 336–348. https://doi.org/10.1111/jcpp.13190

152. Ogden, C. L., Carroll, M. D., Kit, B. K., & Flegal, K. M. (2014). Prevalence of childhood and adult obesity in the United States, 2011–2012. *JAMA, 311*(8), 806–814. https://doi.org/10.1001/jama.2014.732

153. Oliver, M. B., & Krakowiak, K. M. (2009). Individual differences in media effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 517–531). Routledge.

154. Orben, A., Przybylski, A. K., Blakemore, S. J., & Kievit, R. A. (2022). Windows of developmental sensitivity to social media. *Nature Communications, 13*(1), 1649. https://doi.org/10.1038/s41467-022-29296-3

155. Paasonen, S. (2007). *Pornification: Sex and sexuality in media culture.* Berg Publishers.

156. Papageorgiou, A., Cross, D., & Fisher, C. (2023). Sexualized images on social media and adolescent girls' mental health: Qualitative insights from parents, school support service staff and youth mental health service providers. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 20*(1), 433. https://doi.org/10.3390/ijerph20010433

157. Paxton, S. J., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2006). Prospective predictors of body dissatisfaction in adolescent girls and boys: A five-year longitudinal study. *Developmental Psychology, 42*(5), 888–899. https://doi.org/10.1037/0012-1649.42.5.888

158. Paul, B., & Linz, D. (2008). Effects of exposure to sexually explicit media on children. *Journal of Sex Research, 45*(2), 123–134.

159. Paxton, S. J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., & Eisenberg, M. E. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 35*(4), 539–549. https://doi.org/10.1207/s15374424jccp3504_5

160. Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change.* Springer-Verlag.

161. Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles, 71*(11-12), 363-377. https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6

162. Peterson, V. S. (2005). *Power, privilege, and feminist theory/practice*. *Politics & Gender,* 1(2), 351-359. https://doi.org/10.1017/S1743923X05251073

163. Pew Research Center. (2014). *Social Media Update 2014.* Retrieved from http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update-2014/

164. Pew Research Center. (2024, December 12). *Teens, social media and technology 2024.* Retrieved from https://www.pewresearch.org

165. Polivy, J., & Herman, C. P. (2002). Causes of eating disorders. *Annual Review of Psychology, 53*, 187–213.

166. Pratto, F., & John, O. P. (1991). Automatic vigilance: The attention-grabbing power of negative social information. *Journal of Personality and Social Psychology, 61*(3), 380–391.

167. Price, B. (2009). Body image in adolescents: Insights and implications. *Paediatric Nursing, 21*(8), 38–43.

168. Radovic, A., Gmelin, T., Stein, B. D., & Miller, E. (2017). Depressed adolescents' positive and negative use of social media. Journal of Adolescence, 55, 5–15. https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.11.002

169. Reich, S. M. (2010). Adolescents' sense of identity on social media. *New Media & Society, 12*(4), 573–589. https://doi.org/10.1177/1461444809342101

170. Ricciardelli, L. A., & McCabe, M. P. (2001). Dietary restraint and negative affect as mediators of body dissatisfaction and bulimic behavior in adolescent girls and boys. *Behaviour Research and Therapy, 39,* 1317–1328. http://dx.doi.org/10.1016/S0005-7967(00)00097-8

171. Ricciardelli, L. A., & McCabe, M. P. (2004). A biopsychosocial model of disordered eating and the pursuit of muscularity in adolescent boys. *Psychological Bulletin, 130*(2), 179–205.

172. Ricciardelli, L. A., & McCabe, M. P. (2007). The pursuit of muscularity among adolescent boys. In J. K. Thompson & G. Cafri (Eds.), *The muscular ideal: Psychological, social, and medical perspectives* (pp. 199–216). American Psychological Association.

173. Ricciardelli, L. A., & McCabe, M. P. (2011). Body image development in adolescent boys. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed., pp. 88–92). Guilford Press.

174. Rickwood, D. J., Mazzer, K. R., & Telford, N. R. (2015). Social influences on seeking help from mental health services, in person and online, during adolescence and young adulthood. *BMC Psychiatry, 15,* 40. https://doi.org/10.1186/s12888-015-0429-6

175. Rideout, V., Peebles, A., Mann, S., & Robb, M. B. (2022). The Common Sense Census: Media use by tweens and teens, 2021. San Francisco, CA: Common Sense. Retrieved from https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/8-18-census-integrated-report-final-web_0.pdf

176. Ringrose, J., Harvey, L., Gill, R., & Livingstone, S. (2013). Teen girls, sexual double standards and 'sexting': Gendered value in digital image exchanges. *Feminist Theory, 14*(3), 305–323. https://doi.org/10.1177/1464700113499853

177. Roberts, D. F., & Bachen, C. M. (1981). Mass communication effects. *Annual Review of Psychology, 32,* 307–356. https://doi.org/10.1146/annurev.ps.32.020181.001515

178. Roberts, D. F. (2014). *Media and youth: A developmental perspective.* Academic Press.

179. Rodgers, R. F., & Chabrol, H. (2009). Parental attitudes, body image disturbance and disordered eating amongst adolescents and young adults: A review. *European Eating Disorders Review, 17*(2), 137–151. https://doi.org/10.1002/erv.907

180. Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction: Implications for the tripartite influence model. *Developmental Psychology, 51*(5), 706–713. https://doi.org/10.1037/a0039053

181. Rodgers, R. F., & McLean, S. A. (2022). Body positivity and fat acceptance movements: Emerging research and implications. *Psychology of Popular Media Culture, 13*(1), 1–12. https://doi.org/10.1037/ppm0000304

182. Romer, D. (2010). Adolescent risk taking, impulsivity, and brain development: Implications for prevention. Developmental Psychobiology, 52(3), 263–276. https://doi.org/10.1002/dev.20442

183. Rousseau, A., Eggermont, S., & Rodgers, R. F. (2017). Media use and body image concerns in adolescents: The role of peer and media socialization. *Journal of Youth and Adolescence, 46*(3), 592–604. https://doi.org/10.1007/s10964-016-0576-3

184. Rubin, A. M. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 165–184). Routledge.

185. Rubin, L., & de la Baume, S. (2013). Media, sexualization, and child exploitation. *Child Abuse Review, 22*(3), 161–174.

186. Salter, M. (2013). Beyond criminalisation and responsibilisation: Sexting, gender and young people. *Current Issues in Criminal Justice, 24*(3), 301–316.

187. Sarikakis, K., & Nguyen, T. (2009). The trouble with gender: Media policy and gender mainstreaming in the European Union. *Journal of European Integration, 31*(2), 201–216.

188. Schau, H. J., & Gilly, M. C. (2003). We are what we post? Self-presentation in personal web space. *Journal of Consumer Research, 30*(3), 385–404. https://doi.org/10.1086/378616

189. Schultz, D., Dodge, K. A., & Coie, J. D. (2001). Social contexts and aggressive behavior in children. *Child Development, 72*(2), 563–577. https://doi.org/10.1111/1467-8624.00296

190. Shannon, H., Bush, K., Villeneuve, P. J., Hellemans, K. G., & Guimond, S. (2022). Problematic social media use in adolescents and young adults: Systematic review and meta-analysis. *JMIR Mental Health, 9*(4), e33450. https://doi.org/10.2196/33450

191. Shapira, N. A., Goldsmith, T. D., Keck, P. E., Jr., Khosla, U. M., & McElroy, S. L. (2000). Psychiatric features of individuals with problematic Internet use. *Journal of Affective Disorders, 57*(1–3), 267–272. https://doi.org/10.1016/S0165-0327(99)00107-2

192. Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications.* Wiley.

193. Sidani, K. (2023). The hypersexualization of young girls and the infantilization of adult women. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research, 7*(1), 193–197.*

194. Slater, A., & Tiggemann, M. (2010). Body image and disordered eating in adolescent girls and boys: A test of objectification theory. *Sex Roles, 63*(1–2), 42–49.

195. Slater, M. D. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity. *Communication Theory, 17*(3), 281–303. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00296.x

196. Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment–education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory, 12*(2), 173–191. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x

197. Smith, S. L., Choueiti, M., Prescott, A., & Pieper, K. (2012). *Gender roles & occupations: A look at character attributes and job related aspirations in film & television.* Geena Davis Institute on Gender in Media. Retrieved from http://seejane.org/wp-content/uploads/full-study-gender-roles-and-occupations-v2.pdf

198. Smolak, L., & Thompson, J. K. (Eds.). (2009). *Body image, eating disorders, and obesity in youth: Assessment, prevention, and treatment* (2nd ed.). American Psychological Association.

199. Sonneville, K. R., Horton, N. J., Micali, N., Crosby, R. D., Swanson, S. A., Solmi, F., & Field, A. E. (2013). Longitudinal associations between binge eating and overeating and adverse outcomes among adolescents and young adults: Does loss of control matter? *JAMA Pediatrics, 167*(2), 149–155. https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2013.417

200. Stankiewicz, J. M., & Rosselli, F. (2008). Women as sex objects and victims in print advertisements. *Sex Roles, 58*(7–8), 579–589. https://doi.org/10.1007/s11199-007-9359-1

201. Stapel, D. A. (2007). The interpretation comparison model. European Review of Social Psychology, 18(1), 171–207. https://doi.org/10.1080/10463280701484547

202. Stapel, D. A., & Koomen, W. (2000). Interpreting social comparisons: The role of group-based knowledge. *Journal of Personality and Social Psychology, 78*(5), 1008–1021. https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.5.1008

203. Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin, 128*(5), 825–848. https://doi.org/10.1037/0033-2909.128.5.825

204. Suárez Álvarez, R., García Jiménez, A., & Urbina Montana, M. L. (2023). Sexualising characteristics of adolescents on TikTok: Comparative study Great Britain–Spain. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies.* https://doi.org/10.1177/13548565231187728

205. Sumner, S. A., Ferguson, B., Bason, B., Dink, J., Yard, E., Hertz, M., Hilkert, B., Holland, K., Mercado-Crespo, M., Tang, S., & Jones, C. M. (2021). Association of online risk factors with subsequent youth suicide-related behaviors in the US. JAMA Network Open, 4(9), e2125860. https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2021.25860

206. Tankard-Reist, M. (2010). *Big porn, little girls: The sexualisation of girls and girlhood.* Spinifex Press.

207. Tannenbaum, P. H., & Greenberg, B. S. (1968). Mass communication. *Annual Review of Psychology, 19,* 351–386. https://doi.org/10.1146/annurev.ps.19.020168.002031

208. Telzer, E. H., Goldenberg, D., Fuligni, A. J., Lieberman, M. D., & Gálvan, A. (2015). Sleep variability in adolescence is associated with altered brain development. Developmental Cognitive Neuroscience, 14, 16–22. https://doi.org/10.1016/j.dcn.2015.05.007

209. Thompson, J. K., Coovert, M. D., & Stormer, S. M. (1999). Body image, social comparison, and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation. *International Journal of Eating Disorders, 26*(1), 43–51. https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199907)26:1<43::AID-EAT6>3.0.CO;2-F

210. Tiggemann, M., & McGill, B. (2004). The role of body objectification in disordered eating and depressed mood. *Body Image, 1*(1), 1–7. https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00006-7

211. Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles, 63*(1–2), 79–90. http://dx.doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z

212. Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders, 46*(6), 630–633. http://dx.doi.org/10.1002/eat.22141

213. Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The Internet and body image concerns in preteenage girls. *Journal of Early Adolescence, 34*(5), 606–620. http://dx.doi.org/10.1177/0272431613501083

214. Tolman, D. L. (2002). *Dilemmas of desire: Adolescent girls and young women.* Yale University Press.

215. Tolman, D. L., Impett, E. A., Tracy, A. J., & Michael, A. (2006). Self-objectification and sexual subjectivity. *Psychology of Women Quarterly, 30*(3), 255–265. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2006.00292.x

216. Twenge, J. M. (2019). More time on technology, less happiness? Associations between digital media use and psychological well-being. *Current Directions in Psychological Science, 28*(4), 372–379. https://doi.org/10.1177/0963721419838244

217. Twenge, J. M., & Farley, E. (2021). Not all screen time is equal: Associations with adolescent mental health and well-being. *Current Directions in Psychological Science, 30*(3), 227–233. https://doi.org/10.1177/0963721421994081

218. Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image, 14*, 118–129. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001

219. Uhls, Y. T., Ellison, N. B., & Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. Pediatrics, 140(Suppl 2), S67–S70. https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758E

220. University of Minnesota Extension. (2025). *Talking with your teen about social media*. https://extension.umn.edu/parenting-and-caregiving/teens-and-social-media-use

221. U.S. Department of Health and Human Services. (2023). Social media and youth mental health: The U.S. Surgeon General's advisory. https://www.hhs.gov/sites/default/files/sg-youth-mental-health-social-media-advisory.pdf

222. Valkenburg, P. M., & Cantor, J. (2001). The development of a child into a consumer. *Journal of Applied Developmental Psychology, 22*(1), 61–72. https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/839/943/RUG01-002839943_2020_0001_AC.pdf

223. Valkenburg, P. M., Piotrowski, J. T., Hermanns, J., & de Leeuw, R. (2013). Developing and validating the perceived parental media mediation scale: A self-determination perspective. *Human Communication Research, 39*(4), 445–469. https://doi.org/10.1111/hcre.12010

224. Valkenburg, P. M., Peter, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication, 63*(2), 221–243. https://doi.org/10.1111/jcom.12024

225. Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). Media effects: Theory and research. *Annual Review of Psychology, 67*, 315–338. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608

226. Valentine, G., & Holloway, S. L. (2002). Cyberkids? Exploring young people's identities and social networks in cyberspace. *Annals of the Association of American Geographers, 92*(2), 302–319. https://doi.org/10.1111/1467-8306.00297

227. Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding sexual objectification: A comprehensive approach toward media exposure and girls' internalization of beauty ideals, self-objectification, and body surveillance. *Journal of Communication, 62*(5), 869–887. http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01667.x

228. Vartanian, L. R., & Dey, S. (2013). Body image and social comparison processes in adolescence. *Journal of Youth Studies, 16*(2), 195–211. https://doi.org/10.1080/13676261.2012.721894

229. Virden, T., Harrison, K., & Tyler, K. (2014). Facebook use and adolescents' social comparison. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17*(9), 556–560. https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0287

230. Virden, T., Wicks, S., & Powell, D. (2014). Social media, self-esteem, and mental health in adolescents. *Youth & Society, 46*(6), 786–804. https://doi.org/10.1177/0044118X13514438

231. Vogels, E. A., Gelles Watnick, R., & Massarat, N. (2022, August 10). Teens, social media and technology 2022. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/ Pew Research Center

232. Vuong, Q. H., Ho, M. T., Vuong, T. T., & Ho, M. T. (2021). Social media use and mental health among adolescents: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(23), 12456. https://doi.org/10.3390/ijerph182312456

233. Ward, L. M. (2002). Does television exposure affect adolescents' sexual attitudes? *Journal of Adolescent Research, 17*(1), 1–25.*

234. Webster, J. G. (2009). The duality of media: A structuration theory of public attention. *Communication Theory, 21*(1), 43–66. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01375.x

235. Weinstein, E. (2018). Adolescents and social media use: Benefits, risks, and opportunities for learning. *Educational Psychology Review, 30*(3), 441–465. https://doi.org/10.1007/s10648-017-9425-8

236. Wertheim, E. H., Paxton, S. J., & Blaney, S. (2004). Risk factors for the development of body image disturbances. In J. K. Thompson & L. Smolak (Eds.), *Handbook of eating disorders and obesity* (pp. 463–494). John Wiley & Sons.

237. Wertheim, E. H., & Paxton, S. J. (2011). Body image development in adolescent girls. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed., pp. 76–84). Guilford Press.

238. Widdows, H. (2018). *Perfect me: Beauty as an ethical ideal.* Princeton University Press.

239. Ybarra, M. L., Mitchell, K. J., Palmer, N. A., & Reisner, S. L. (2015). Online social support as a buffer against online and offline peer and sexual victimization among U.S. LGBT and non-LGBT youth. Child Abuse & Neglect, 39, 123–136. https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2014.08.006

240. Zhang, Y. (2017). The effects of social media on adolescent emotional well-being. Computers in Human Behavior, 72, 123–130. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.014

241. Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior, 24,* 1816–1836. http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012

242. Zimmer-Gembeck, M. J., & Helfand, M. (2008). Adolescent sexuality and sexual development. *Developmental Psychology, 44*(3), 805–819. https://doi.org/10.1037/0012-1649.44.3.805

243. Zurbriggen, E. L. (2007). Media, sexualization, and self-perception in girls. *Journal of Adolescent Research, 22*(1), 4–32. https://doi.org/10.1177/0743558406294912

244. Zurbriggen, E. L., Ramsey, L. R., & Jaworski, B. K. (2007). ***Report*** *of the APA Task Force on the Sexualization of Girls.* American Psychological Association. https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf

245. Zurbriggen, E. L., Collins, R. L., Lamb, S., Roberts, T.-A., Tolman, D. L., Ward, L. M., & Blake, J. (2010). *Definition of sexualization and its consequences.* American Psychological Association. https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf

ПРИЛОЗИ

Прилог 1: Демографски податоци

1) Пол: - машко - женско

2) Возраст: - 10-13 години - 14-16 години - 17-19 години

3) Место на живеење: - Урбано (градско подрачје) - Рурално (село или помало место)

4) 4) На која од следниве социјални медиуми поминуваш најмногу време дневно?

(Заокружи една опција)

Instagram

TikTok

Facebook

YouTube

Snapchat

Друго: _____

Прилог 2: За потребите на истражувањето беше формулиран анкетен прашалник за мерење на изложеност и содржини на социјалните медиуми поврзана со телесен изглед. Прашалникот се состои од 9 изјави кои го опфаќаат времетраењето, фреквенцијата и типот на содржини на кои испитаниците се изложени преку социјалните медиуми. Одговорите се даваат на петстепена Ликертова скала (од 1- „Никогаш“ до 5- „Секогаш“), при што повисоките резултати укажуваат на поголема изложеност.

1) Поминувам повеќе од 2 часа дневно гледајќи содржини на социјалните медиуми поврзани со телесен изглед.

2) Гледам фотографии или видеа на луѓе со идеализиран телесен изглед на социјалните медиуми.

3) Гледам содржини за фитнес и диети на социјалните медиуми.

4) Користам филтри или апликации за уредување на фотографии пред да ги објавам.

5) Гледам реклами за производи поврзани со телесен изглед (како козметика и облека) на социјалните медиуми.

6) Се споредувам со луѓето што ги гледам на социјалните медиуми врз основа на изгледот.

7) Ги следам профилите на инфлуенсери кои промовираат одреден стил или идеал на телесен изглед.

8) Гледам видеа или фотографии што ја нагласуваат претставување на телото како привлечно на социјалните медиуми.

9) Размислувам за мојот изглед поради содржините што ги гледам на социјалните медиуми.

Прилог 3: Скала за позитивна телесна слика (Body Appreciation Scale, BAS; Tylka & Wood-Barcalow, 2015)

Оваа скала ја мери позитивната перцепција и ставот на поединецот кон сопственото тело. Таа опфаќа аспекти како почитување, благодарност, прифаќање и грижа за телото, независно од социјалните и медиумските стандарди за физички изглед.

Начин на одговарање:

Испитаниците одговараат на тврдењата користејќи 5-степена Ликертова скала:

1 = воопшто не се согласувам, 2 = не се согласувам, 3 = ниту се согласувам, ниту не се

согласувам, 4 = се согласувам, 5 = целосно се согласувам.

Повеќе бодови укажуваат на повисоко ниво на позитивна телесна слика.

1) Јас го почитувам моето тело.

2) Се чувствувам добро во врска со моето тело.

3) Сметам дека моето тело има барем некои добри квалитети.

4) Имам позитивен став кон моето тело.

5) Сум внимателен/внимателна кон потребите на моето тело.

6) Чувствувам љубов кон моето тело.

7) Ги ценам различните и уникатни карактеристики на моето тело.

8) Моето однесување ја покажува мојата позитивна состојба кон моето тело; на пример, одам со крената глава и насмевка.

9) Се чувствувам удобно во моето тело.

10) Се чувствувам дека сум убав/убава иако сум различен/различна од медиумските слики на привлечни луѓе (на пр., модели, актерки/актери).

Прилог 4: Скала за објективизирана телесна свесност (Objectified Body Consciousness Scale – OBCS; McKinley & Hyde, 1996)

Оваа скала ги мери психолошките последици од објективизацијата на телото, според теоријата за објективизација (Objectification Theory), развиена од страна на Фредриксон и Робертс (Fredrickson и Roberts, 1997). Според оваа теорија, жените и девојките во општество кои ги третираат нивните тела како објекти што се проценуваат однадвор, почнуваат самите да се гледаат себеси од перспективата на надворешен набљудувач, што може да резултира со намалено самопочитување, анксиозност, срам и нарушена телесна слика.

Скалата за објективизирана телесна свесност (OBCS) се користи како индикатор за степенот на интернализирана сексуализација и самонабљудување на телото кај адолесцентите, овозможувајќи мерење на надгледување, телесен срам и перцепција на контрола над телесниот изглед.

Скалата се состои од три подскали:

1. Скала за надгледување (Surveillance Scale)

Ја мери тенденцијата на поединецот да го набљудува и оценува своето тело од перспектива на другите, односно дали го перципира својот изглед како постојано видлив и проценуван.

2. Скала за телесен срам (Body Shame Scale)

Ја мери склоноста на поединецот да чувствува срам кога не ги исполнува општествените стандарди за физички изглед.

3. Скала за перцепција на контрола (Control Scale)

Ги проценува верувањата на поединецот за тоа колку има контрола над својот изглед, односно дали го доживува телесниот изглед како резултат на личен труд или како нешто што е претежно генетски и непроменливо.

Начин на одговарање:

Испитаниците одговараат на 5-точкова Ликертова скала:

1 = воопшто не се согласувам, до 5 = целосно се согласувам.

Тврдењата означени со ѕвездичка (*) се обратно кодирани.

Скалата овозможува добивање поединечни резултати за секоја подскала, како и композитен резултат за општата објективизирана телесна свесност. Високи вредности укажуваат на поголема изложеност на психолошките ефекти од објективизацијата.

1) Ретко размислувам за тоа како изгледам. *

2) Мислам дека е поважно облеката да ми биде удобна отколку дали добро ми стои. *

3) Повеќе размислувам за тоа како се чувствува моето тело отколку како изгледа. *

4) Ретко се споредувам со други луѓе во однос на изгледот. *

5) Во текот на денот, многу пати размислувам за тоа како изгледам.

6) Често се грижам дали облеката што ја носам ме прави да изгледам добро.

7) Ретко се грижам за тоа како изгледам во очите на другите луѓе. *

8) Повеќе ми е важно што може да направи моето тело отколку како изгледа. *

9) Кога не можам да ја контролирам мојата тежина, чувствувам дека нешто не е во ред со мене.

10) Се срамам од себе кога не сум се потрудил/а да изгледам најдобро што можам.

11) Се чувствувам како да сум лош/а човек ако не изгледам онолку добро колку што би можел/а.

12) Би ми било срам другите да знаат колку навистина тежам.

13) Никогаш не се грижам дека нешто не е во ред со мене кога не вежбам колку што треба. *

14) Кога не вежбам доволно, се прашувам дали сум доволно добар/добра човек.

15) Дури и кога не можам да ја контролирам мојата тежина, мислам дека сум во ред личност. *

16) Кога не сум со големината што мислам дека треба да бидам, чувствувам срам.

17) Мислам дека човек е отприлика заглавен со изгледот со кој е роден. *

18) Голем дел од тоа да си „во форма“ е да си роден со такво тело. *

19) Мислам дека човек може отприлика да изгледа како што сака ако е подготвен да се

потруди.

20) Навистина не мислам дека имам многу контрола врз тоа како изгледа моето тело. *

21) Мислам дека тежината на човекот најмногу зависи од гените со кои е роден. *

22) Без разлика колку се трудам да ја сменам тежината, веројатно секогаш ќе биде отприлика иста. *

23) Можам да тежам колку што треба ако се трудам доволно.

24) Формата во која си се наоѓаш најмногу зависи од гените.*