POVEZANOST UPOTREBE DRUŠTVENIH MREŽA I SLIKE O SOPSTVENOM TELU

Marijana Grujić¹

Katarina Katić¹

Aleksandra Stojadinović^{1,2}

1 Institut za zdravstvenu zaštitu dece i omladine Vojvodine, Novi Sad, Srbija

2 Medicinski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Srbija

UDK: 616.89-008.441-079.6-039

Napomena: Rad je prezentovan na 59. kongresu studenata biomedicinskih nauka Srbije na Kopaoniku 29.4. 2018. u 11h.

Kratak sadržaj

Uvod. Slika o sopstvenom telu predstavlja doživljaje, misli i osećanja koje osoba ima u vezi sa svojim telom. Mladi svakodnevno provode vreme na društvenim mrežama i izloženi su mnogim sadržajima, uključujući i savremene standarde lepote i pritisak da izgledaju u skladu sa tim standardima, te društvene mreže mogu da utiču na stvaranje negativne slike o sopstvenom telu.

Cilj rada. Da se utvrdi povezanost upotrebe društvenih mreža i slike o sopstvenom telu kod mladih.

Metod rada. Podaci za istraživanje su dobijeni putem onlajn ankete koja je osmišljena za potrebe ovog istraživanja. U istraživanju je učestvovalo 1139 ispitanika uzrasta od 15 do 24 godine.

Rezultati. Prosečan BMI ispitanika je $22,27 \pm 3,58$. Najveći procenat ispitanika je normalno uhranjen (74,6%), zatim slede prekomerno uhranjeni (14,6%), pothranjeni (6,7%) i gojazni (4,1%). De-

vojke su u većem procentu pothranjene u odnosu na mladiće, dok su mladići u većem procentu prekomerno uhranjeni i gojazni u odnosu na devojke. Prosečno vreme provedeno na društvenim mrežama je $183,3 \pm 144,97$ minuta u toku dana. Nema razlike u upotrebi društvenih mreža između mladića i devojaka, kao ni u dužini vremena koje različito uhranjeni ispitanici provode na društvenim mrežama i značaju koji im pridaju. Izgled je značajniji devojka, a mladići više investiraju u njega. Devojke i mladići su jednako nezadovoljni svojim fizičkim izgledom. Značaj izgleda i investiranje u izgled se ne razlikuje značajno među različito uhranjenim ispitanicima. Što su ispitanici mlađi, intenzivnija je upotreba društvenih mreža, značaj izgleda je veći, više investiraju u izgled i nezadovoljniji su izgledom.

Zaključak. Upotreba društvenih mreža je značajno povezana sa formiranjem negativne slike o sopstvenom telu kod mladih, zbog čega je veoma važno njihovo kontrolisano i adekvatno korišćenje.

Ključne reči:

društvene mreže, slika o sopstvenom telu, adolescenti, mladi

UVOD

Slika o sopstvenom telu (slika tela, engl. body image) predstavlja doživljaje, misli i osećanja koje osoba ima u vezi sa svojim telom^[1]. Podrazumeva dve komponente:

- 1) komponentu percepcije i
- 2) komponentu procene i stavova u odnosu na svoje telo.

Komponenta percepcije je mentalna slika koju stvaramo o izgledu i veličini svog tela - ono kako mi vidimo svoje telo. Ona može biti u skladu sa stvarnim izgledom našeg tela ili može biti nerealna - "iskrivljena". Dakle, ona ne mora da bude tačna predstava realnosti - osoba može da ima doživljaj da je gojazna, iako je normalno uhranjena ili čak pothranjena. Druga komponenta je procena svog tela i podrazumeva poređenje sopstvenog tela sa zamišljenim idealom (predstavom o tome kako bi naše telo trebalo da izgleda da bi bilo idealno) kao i poređenje slike svog tela sa izgledom drugih. Iz komponente procene, proističu misli, stavovi i osećanja vezani za sopstveno telo^[2].

Značajno je da slika o telu nije stalna, menja se u skladu sa raspoloženjem, fizičkim iskustvima i okruženjem^[3]. Prema socio – kulturalnoj teoriji, u društvu postoji predstava o idealnom izgledu tela koja se deci i mladima upućuje preko roditelja, vršnjaka i medija^[4]. S obzirom da u savremenom društvu preovlađuje ideal vitkih, mršavih ženskih figura i snažnih muških tela, briga o sopstvenom izgledu

je postala široko rasprostranjena među mladima^[3].

Pozitivna slika o svom telu podrazumeva da osoba prihvata, poštuje svoje telo i zadovoljna je njime. Ona je povezana sa višim doživljajem samopoštovanja. Adolescenti sa pozitivnom slikom o sebi i sa visokim doživljajem samopoštovanjem koriste pozitivne načine rešavanja životnih problema i imaju manju verovatnoću da će razviti anksioznost, depresiju, da će se angažovati u delinkventnom ili auto-destruktivnom ponašanju u odnosu na adolescente sa negativnom slikom o sebi i niskim samopoštovanjem^[5].

Negativna slika o telu, podrazumeva nezadovoljstvo svojim telom, kao i neprijatne misli i osećanja u vezi sa njim^[1]. Nezadovoljstvo slikom tela može da bude vezano za veličinu i oblik celog tela, ili delova tela, telesnu masu, razvijenost mišića, a nastaje zbog nesklada između percepcije svog tela i zamišljenog idealnog tela^[2]. Iako je nezadovoljstvo svojim telom unutrašnji proces, na njega utiču brojni faktori okruženja, kao što su porodica, prijatelji, mediji i društvene mreže, kojima su mladi sve više izloženi^[6,7]. Prikazivanje nerealističnih uzora lepote podstiče devojke i žene da ih internalizuju i da poredе svoj izgled sa njima. Internalizacija i upoređivanje sopstvenog izgleda sa idealima su označeni kao mogući mehanizmi u razvoju i održavanju nezadovoljstva svojim telom^[2].

Društvene mreže predstavljaju prostor na internetu, gde korisnici mogu da

naprave svoj profil i da ga povežu sa profilima drugih ljudi, kako bi se stvorila lična društvena mreža^[8]. Mladi uzrasta od 18 do 29 godina su najčešći korisnici društvenih mreža. U istraživanju sprovedenom u Americi 2015. 90% mladih je koristilo društvene mreže, što je u poređenju sa 12% 2005. zabrinjavajući trend^[9].

Podaci iz literature ukazuju da je upotreba društvenih mreža kod adolescenata povezana sa nezadovoljstvom svojim telom^[10,11], a negativna slika o svom telu sa nižim doživljajem samopoštovanja, sklonošću ka držanju dijeta, namernim izazivanjem povraćanja, korišćenjem različitih dijetetskih suplemenata i povećanim rizikom za razvoj poremećaja ishrane^[6,12,13].

Imajući u vidu da je upotreba društvenih mreža široko rasprostranjena među mladima, da mladi značajno vreme u toku dana provode na društvenim mrežama, kao i da su na njima izloženi brojnim sadržajima, uključujući i savremene standarde lepote i pritiske da izgledaju u skladu sa tim standardima, društvene mreže su povezane sa stvaranje negativne slike o sopstvenom telu kod mladih^[6,7,10].

CILJ RADA

Cilj ovog istraživanja je bio da se utvrdi povezanost upotrebe društvenih mreža i slike o sopstvenom telu kod mladih uzrasta 15 do 24 godine.

METOD RADA

Istraživanje predstavlja studiju preseka u okviru koje su analizirani podaci dobijeni putem onlajn ankete, koja je osmišljena za potrebe ovog istraživanja. Upitnik se sastoji iz pet grupa pitanja. Prva grupa pitanja odnosi se na pol, starost, telesnu visinu, telesnu masu i prosečno vreme provedeno na društvenim mrežama. Druga grupa se sastoji od 5 tvrdnji i ukazuje koliko su društvene mreže značajne korisnicima. U trećoj grupi se nalazi 4 tvrdnje o značaju sopstvenog izgleda za ispitanika. Četvrta grupa od 3 tvrdnje pokazuje koliko mladi investiraju u svoj izgled. Poslednja grupa sadrži 6 tvrdnji vezanih za nezadovoljstvo sopstvenim izgledom. Uz svaku tvrdnju ponuđeni su odgovori u vidu petostepene Likertove skale: „uopšte se ne slažem”, „ne slažem se”, „nemam mišljenje”, „slažem se”, „potpuno se slažem”. Na osnovu TM i TV izračunat je indeks telesne mase (Body mass index-BMI) svakog ispitanika. Za tumačenje rezultata korišćeni su kriterijumi Svetske zdravstvene organizacije, pri čemu su pothranjene osobe koje imaju BMI ispod 18,5, normalno su uhranjene osobe koje imaju BMI od 18,5 do 24,99, prekomerno su uhranjene osobe čiji je BMI od 25 do 29,99 i gojazne su osobe čiji je BMI ≥ 30 .

Istraživanje je sprovedeno na društvenim mrežama. U istraživanju su učestvovali mladi uzrasta od 15 do 24 godine, korisnici društvenih mreža. Anketiranje

je sprovedeno tokom novembra 2017. godine. Anketom je obuhvaćeno 1139 ispitanika. Anketiranje je sprovedeno anonimno, nakon što je ispitanik onlajn potvrdio da je saglasan da učestvuje u istraživanju.

Istraživanje je odobreno od strane Katedre za pedijatriju Medicinskog fakulteta u Novom Sadu.

Za unos i obradu podataka korišćen je statistički paket IBM SPSS 17.0. Podaci numeričkih obeležja su predstavljeni u vidu frekvencija, procenata, aritmetičke sredine i standardnih devijacija. Za utvrđivanje značajnosti razlika između dva nezavisna uzorka korišćen je Studentov t - test, a za utvrđivanje značajnosti razlika između više grupa korišćena je jednofaktorska analiza varijanse (ANOVA). Za utvrđivanje značajnosti razlika kod nominalnih obeležja korišćen je χ^2 - test. Statistički značajnim razlikama smatrane su vrednosti $p < 0,05$, a visoko statistički značajnim vrednosti $p < 0,01$.

REZULTATI

Istraživanjem je obuhvaćeno 1139 ispitanika uzrasta 15 do 24 godine, od toga 950 osoba ženskog pola (83,4%) i 189 osoba muškog pola (16,6%). Prosečan uzrast ispitanika je bio $20,41 \pm 2,48$ godine. Prosečan BMI je bio $22,27 \pm 3,58$. Najveći procenat ispitanika je normalno uhranjen (74,6%), zatim slede prekomerno uhranjeni (14,6%), pothranjeni (6,7%) i gojazni (4,1%).

Devojke su u višem procentu pothranjene u odnosu mladiće, dok su mladići u višem procentu prekomerno uhranjeni i gojazni u odnosu na devojke; razlika je visoko statistički značajna ($\chi^2=42.383$, $df=3$, $p < 0,01$).

U okviru upitnika analizirane su četiri subskale: 1) Značaj društvenih mreža (4 pitanja), 2) Značaj fizičkog izgleda (4 pitanja), 3) Investiranje u izgled (3 pitanja) i 4) Nezadovoljstvo izgledom (6 pitanja). Skor za svaku od ovih skala dobijen je sabiranjem pojedinačnih odgovora ispi-

tanika. Studentovim t - testom za nezavisne uzorke testirane su razlike po polu u pogledu prosečnog vremena koje ispitanici provode na društvenim mrežama i skorova za svaku od navednih subskala. Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) testirana je razlika u skorovima dobijenim za svaku od navednih subskala između pothranjenih, normalno uhranjenih, prekomerno uhranjenih i gojaznih ispitanika. Rezultati su prikazani u tabeli 1.

Tabela 1. Korišćenje, značaj društvenih mreža i slika o sopstvenom telu u odnosu na uhranjenost i pol. / **Table 1.** Usage, the importance of social networks and body image, compared with nourishment and gender.

pitanja, tvrdnje / questions, claims	uhranjenost / nourishment				pol / gender	
	pothranjen / malnourished	normalno uhranjen / normally nourished	prekomerno uhranjen / overweight	gojazan / obese	muški / male	ženski / female
Koliko minuta dnevno provodiš na društvenim mrežama? / How much time do you spend on social networks daily?	204,2	181,2	185,7	179,1	169,2	186,1
	p=0,604				p=0,145	
Značaj društvenih mreža / The importance of social networks	11,9	12	11,6	11,6	11,5	12
	p=0,353				p=0,065	
Značaj izgleda / The importance of physical appearance	11	10,6	10	10,6	9,8	10,7
	p=0,149				p=0,002	
Investiranje u izgled / Investing in the physical appearance	6,7	7,2	7,1	7,9	8	7
	p=0,312				p=0,000	
Nezadovoljstvo izgledom / Dissatisfaction with the physical appearance	13,2	13,4	15,4	17,2	14,1	13,7
	p=0,000				p=0,456	

U tabeli 1 uočava se da na društvenim mrežama, najviše minuta u toku dana provedu pothranjeni (204,2), zatim prekomerno uhranjeni (185,8), slede normalno uhranjeni (181,2) i gojazni (179,1) ispitanici, ali razlika nije statistički značajna.

Prosečno vreme provedeno na društvenim mrežama je $183,3 \pm 144,97$ minuta u toku dana. Najkraće prosečno vreme koje ispitanici provode na društvenim mrežama je 2 minuta, a najduže 1080 minuta. Devojke na društvenim mrežama provode više minuta u toku dana (186,1 minut) u odnosu na mladiće (169,3 minute) i društvene mreže su za njih značajnije nego za mladiće, ali razlika nije statistički značajna.

Društvene mreže su najznačajnije normalno uhranjenim ispitanicima, potom slede pothranjeni, prekomerno uhranjeni i gojazni. Razlika nije statistički značajna.

Fizički izgled je najznačajniji za pothranjene ispitanike, zatim jednako značajan za normalno uhranjene i gojazne, a najmanje značaja pridaju izgledu prekomerno uhranjeni. Razlika nije statistički značajna. Fizički izgled je značajniji za devojke nego za mladiće, a razlika jeste visoko statistički značajna. Investiranje u izgled je najizraženije kod gojaznih, zatim normalno uhranjenih, pa prekomerno uhranjenih ispitanika, a najmanje je izraženo kod pothranjenih. Razlika nije statistički značajna. Nasuprot tome, mladići u poređenju sa devojka, više inve-

stiraju u izgled i razlika je statistički značajna. U poređenju sa devojka mladići su nezadovoljniji svojim izgledom, ali razlika nije statistički značajna.

Uočava su da su izgledom najnezadovoljniji gojazni, slede prekomerno uhranjeni, normalno uhranjeni i pothranjeni. Na osnovu ovog rezultata indirektno se može zaključiti da su pothranjeni ispitanici najzadovoljniji izgledom. Razlika je statistički značajna.

Post - hoc analizom (Tukey - test) je ustanovljeno da su najnezadovoljniji svojim izgledom gojazni i prekomerno uhranjeni i oni se statistički značajno razlikuju od normalno uhranjenih i pothranjenih ispitanika.

Tabela 2. Korelacija između uzrasta, uhranjenosti ispitanika, vremena provedenog na društvenim mrežama, značaja društvenih mreža i slike o sopstvenom telu. / **Table 2.** Correlation between the age, nourishment respondents, time spent on social networks, importance of social networks and body image.

God. - godina, BMI - Body mass index, min. - minuta, dm - društvene mreže, invest. - investiranje, nezad. - nezadovoljstvo, izg. - izgled, r - Pearsonov koeficijent korelacije / BMI - Body mass index, SN - social networks, r - Pearson® correlation coefficient, pha - physical appearance

	God. / Age	BMI	Koliko min. dnevno provodiš na dm? / How much time do you spend on SN daily?	Značaj dm / The importance of SN	Značaj izg. / The importance of pha	Invest. u izg. / Investing in the pha	Nezad. izg. / Dissatisfaction with the pha
God. / Age	r 1	0,068*	-0,163**	-0,188**	-0,205**	-0,085**	-0,179**
	p	0,022	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000
BMI	r 0,068*	1	-0,018	-0,042	-0,047	0,053	0,207**
	p 0,022		0,548	0,157	0,116	0,071	0,000
Koliko min. dnevno provodiš na dm? / How much time do you spend on SN daily?	r -0,163**	-0,018	1	0,222**	0,119**	-0,037	0,086**
	p 0,000	0,548		0,000	0,000	0,215	0,004
Značaj dm / The importance of SN	r -0,188**	-0,042	0,222**	1	0,387**	-0,045	0,165**
	p 0,000	0,157	0,000		0,000	0,126	0,000
Značaj izg. / The importance of pha	r -0,205**	-0,047	0,119**	0,387**	1	0,265**	0,390**
	p 0,000	0,116	0,000	0,000		0,000	0,000
Invest. u izg. / Investing in the pha	r -0,085**	0,053	-0,037	-0,045	0,265**	1	0,388**
	p 0,004	0,071	0,215	0,126	0,000		0,000
Nezad. izg. / Dissatisfaction with the ph	r -0,179**	0,207**	0,086**	0,165**	0,390**	0,388**	1
	p 0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	

U tabeli 2 uočava se visoko statistički značajna negativna korelacija između godina ispitanika i broja minuta provedenih na društvenim mrežama u toku dana, kao i značaja društvenih mreža - što ukazuje da što su ispitanici mlađi, duže borave na društvenim mrežama i društvene mreže su za njih značajnije. Primećena je i visoko statistički značajna negativna korelacija između godina ispitanika i značaja izgleda, investiranja u izgled i nezadovoljstva izgledom. Dakle, što je ispitanik mlađi izgled mu je značajniji, više investira u izgled i nezadovoljniji je izgledom.

U tabeli 2 se uočava i da postoji statistički značajna pozitivna korelacija između godina i BMI: sa starošću ispitanika raste BMI. I pored toga što stariji ispitanici imaju viši BMI u odnosu na mlađe ispitanike, mlađi ispitanici su nezadovoljniji svojim izgledom.

Statistički visoko značajna pozitivna korelacija postoji između BMI i nezadovoljstva izgledom. Što je veći BMI, ispitanik je nezadovoljniji izgledom.

Postoji statistički visoko značajna pozitivna korelacija između broja minuta koje ispitanik provodi na društvenoj mreži i značaja fizičkog izgleda i nezadovoljstva izgledom. Što ispitanik više vremena provodi na mreži izgled mu je značajniji, ali je njime nezadovoljniji.

Uočena je statistički visoko značajna pozitivna korelacija između značaja društvenih mreža i značaja i nezadovoljstva izgledom: što su ispitaniku značajnije društvene mreže, veći je značaj fizičkog

izgleda i nezadovoljstvo izgledom.

Prisutna je visoko statistički značajna pozitivna korelacija između značaja izgleda i investiranja u izgled kao i nezadovoljstva njime. Naime, što je izgled značajniji ispitaniku, on više investira u njega, ali je nezadovoljniji izgledom.

DISKUSIJA

Ovim istraživanjem je obuhvaćeno 1139 ispitanika uzrasta 15 do 24 godine, od toga 950 osoba ženskog pola (83,4%) i 189 osoba muškog pola (16,6%). Prosečan uzrast ispitanika je bio $20,41 \pm 2,48$ godina. Prosečan BMI je bio $22,27 \pm 3,58$. Najveći procenat ispitanika je normalno uhranjen (74,6%), zatim slede prekomerno uhranjeni (14,6%), pothranjeni (6,7%) i gojazni (4,1%). Devojke su u većem procentu pothranjene u odnosu na mladiće, dok su mladići u većem procentu prekomerno uhranjeni i gojazni u odnosu na devojke. Slične rezultate su dobili Kejvpradab (Kaewpradub) i sar. koji su u Bangkoku istraživali upotrebu interneta, sliku o telu i ishranu učenika^[10].

Prosečno vreme provedeno na društvenim mrežama je $183,3 \pm 144,97$ minuta u toku dana. U istraživanju Kima (Kim) i Čoka (Chock), u Bostonu je prosečno vreme studenata, uzrasta 18 do 25 godina, provedeno na društvenim mrežama u toku dana bilo $63,15 \pm 68,37$ minuta^[14]. U istraživanju sprovedenom u Kentakiju ispitanici su provodili na društvenim mrežama (Fejsbuk,

Instagram i Tviter) 4 - 6h nedeljno^[15]. U Južnoj Australiji u Adelejdu 2014. prosečno vreme u toku dana provedeno na društvenim mrežama je bilo $90,7 \pm 89,1$ minut^[16]. Postavlja se pitanje, da li mladi u Srbiji koriste društvene mreže duže u toku dana nego mladi u navedenim zemljama, što je svakako zabrinjavajući podatak. Postoji mogućnost da smo našim istraživanjem obuhvatili mlade koji duže vreme provode na društvenim mrežama nego opšta populacija mladih njihovog uzrasta u Srbiji.

Prema rezultatima našeg istraživanja nema razlike u vremenu provedenom u upotrebi društvenih mreža u toku dana i značaju društvenih mreža između mladića i devojaka, dok rezultati Rajmerovog (Raymer) istraživanja 2015. ukazuju da studentkinje provode više vremena na društvenim mrežama nego studenti^[17].

Različito uhranjeni ispitanici jednako upotrebljavaju društvene mreže, ako se posmatra vreme u toku dana provedeno na društvenim mrežama i značaj društvenih mreža. U dostupnoj literaturi nismo našli podatke o korišćenju društvenih mreža među različito uhranjenim ispitanicima sa kojima bi mogli porediti rezultate ovog istraživanja.

Poređenjem slike o sopstvenom telu kod devojaka i mladića, uočeno je da je izgled značajniji devojka, ali da mladići više investiraju u njega, više se bave fizičkom aktivnošću i više vode računa o ishrani. Neobično je da su mladići u većem procentu nego devojke prekomer-

no uhranjeni ili gojazni, iako izjavljuju da više investiraju u fizički izgled - odnosno da više vežbaju i vode računa o ishrani. Devojke i mladići su jednako nezadovoljni svojim fizičkim izgledom. Nasuprot ovom istraživanju, Tigeman (Tiggemann) navodi da su devojke nezadovoljnije izgledom od mladića. Ona pripisuje takve rezultate većoj zabrinutosti žena za svoje telo i izgled, s obzirom da je izgled veoma važan za ostvarivanje socijalnog statusa žena^[18].

Uočeno je da su izgledom najnezadovoljniji gojazni, slede prekomerno uhranjeni, normalno uhranjeni i pothranjeni. Na osnovu ovog rezultata indirektno se može zaključiti da su pothranjeni ispitanici najzadovoljniji izgledom. Ovaj podatak možda ukazuje na prisutnu pogrešnu percepciju idealne telesne mase među mladima. Knaus (Knauss) i sar.^[19] i Petri (Petrie) i sar.^[20] su takođe uočili da sa porastom BMI raste i nezadovoljstvo sopstvenim izgledom.

Što je ispitanik mlađi intenzivnija je upotreba društvenih mreža. Takođe, što je ispitanik mlađi, izgled mu je značajniji, više investira u izgled i nezadovoljniji je izgledom. U skladu sa tim i Tigeman (Tiggemann) je 2014. ciljnu grupu za ispitivanje preusmerila ka mlađoj populaciji (10 - 12 godina), za razliku od svojih prethodnih istraživanja koja su sprovedena na starijim ispitanicima. Ona je uočila da korišćenje interneta, posebno društvenih mreža, u uzrastu 10 - 12 godina ima značajnu ulogu u formiranju negativne

slike tela. Istakla je da buduća istraživanja treba sprovoditi na još mlađoj populaciji^[16].

Što se duže vremena provodi i veći značaj pridaje društvenim mrežama, izraženiji je značaj fizičkog izgleda i nezadovoljstvo izgledom. Ovaj podatak ukazuje da su društvene mreže povezane sa formiranjem negativne slike o sopstvenom telu kod mladih. Istu povezanost su uočile i Tigeman (Tiggemann) i Slater 2013. i 2014. istražujući uticaj vremena provedenom na društvenoj mreži Fejsbuk na sliku o sopstvenom telu, kod devojaka uzrasta 13 - 15 godina i godinu dana kasnije, uzrasta 10 - 12 godina^[21,16]. Rezultati našeg istraživanja su u skladu sa rezultatima istraživanja Klark (Clark) i Tigeman (Tiggemann)^[22]. Nasuprot tome, u istraživanju Kima i Čoka (Chock), vreme provedeno na društvenim mrežama nije predstavljalo značajan faktor u formiranju slike o sopstvenom telu. Međutim, oni su zaključili da češće komentarisanje i posmatranje profila korisnika dovodi do visoko statistički značajne povezanosti sa željom za mršavošću kod mladića i devojaka^[14].

Zanimljiv je podatak da što ispitanici više brinu o ishrani, više treniraju, pridaju veći značaj izgledu, nezadovoljniji su svojim izgledom. Slični rezultati dobijeni su u istraživanju u Kentakiju^[15]. Moguće je da nezadovoljstvo izgledom, u stvari, motiviše ispitanike da više treniraju i investiraju u izgled.

Prednost ovog istraživanja predstavlja

relativno veliki broj ispitanika. Mogući nedostatak je u tome što su obuhvaćeni ispitanici uzrasta od 15 do 24 godine. Imajući u vidu da je naše istraživanje ukazalo na intenzivniju upotrebu društvenih mreža među mlađim ispitanicima i na izraženije nezadovoljstvo svojim izgledom, buduća istraživanja bi trebalo da se prošire na mlađi uzrast. Osim toga, istraživanjem su obuhvaćeni mladi koji su trenutno bili onlajn, tako da postoji mogućnost da uzorak nije reprezentativan. Postavljena pitanja se odnose na intenzitet korišćenja društvenih mreža, ali ne i na sadržaj. Uključivanje pitanja o sadržajima kojima mlada osoba pristupa na društvenim mrežama bi u narednim istraživanjima moglo da pruži više informacija o povezanosti upotrebe društvenih mreža i slike o svom telu.

ZAKLJUČAK

Prosečno vreme provedeno na društvenim mrežama je $183,3 \pm 144,97$ minuta u toku dana. Nema razlike u upotrebi društvenih mreža između mladića i devojaka. Nema razlike u upotrebi društvenih mreža među različito uhranjenim ispitanicima. Što su ispitanici mlađi intenzivnija je upotreba društvenih mreža, značaj izgleda je veći, više investiraju u izgled i nezadovoljniji su izgledom. Upotreba društvenih mreža u značajnoj meri je povezana sa negativnom slikom o sopstvenom telu kod mladih uzrasta 15 do 24 godine.

CONNECTION BETWEEN THE USAGE OF SOCIAL NETWORKS AND BODY IMAGE

Marijana Grujić¹

Katarina Katić¹

Aleksandra Stojadinović^{1,2}

1 Institute for Child and Youth Health Care, Novi Sad, Serbia

2 School of Medicine, University of Novi Sad, Novi Sad, Serbia

UDK: 616.89-008.441-079.6-039

Summary

Introduction. Body image represents person's perceptions, feelings and thoughts about his or her body appearance. Young people spend considerable time on social networks and they are exposed to different content, including modern standards of beauty and pressure to look in accordance with these standards. Therefore social networks can influence the creation of a negative image of one's own body.

Objective. To determine the relationship between the usage of social networks and body image of young people.

Method. Research data was obtained through an online survey designed for the purpose of this research. In this research 1139 people aged from 15 to 24 years participated.

Results. Average BMI is $22,27 \pm 3,58$. The highest percentage of participants is normally nourished (74,6%), followed by participants who are over-

weight (14,6%), malnourished (6,7%), and obese (4,1%). Young women are more often malnourished comparing to young men, while young men are more often overweighted and obese comparing to young women. Average time spent on social networks is $183,3 \pm 144,97$ minutes per day. There is no difference in time spent using social networks between male and female participants and between differently nourished participants. Physical appearance is more significant to young women, but young men invest more effort in improving or maintaining it. There is no difference between differently nourished participants regarding the importance of physical appearance and investment in physical appearance. With the increase of BMI, dissatisfaction with physical appearance increases as well. The younger the participants are, the use of social networks is more intense, the importance of physical appearance is higher, the investment in it is more intense and dissatisfaction with their physical appearance is stronger.

Conclusion. The usage of social networks is significantly associated with negative body image in young people, which is why their controlled and adequate use is very important.

Keywords:

social networks, body image, adolescents, young people

LITERATURA / LITERATURE:

1. Grogan S. *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. 3rd edition. London, Taylor and Francis, 2016. 2018.
2. Stojadinović A. Slika sopstvenog tela kod adolescenata. Pedijatrijska škola Srbije. XXI seminar. Zbornik Predavanja. 10-16. Jun 2018. Zlatibor.
3. Croll J. *Body Image and Adolescents*. In: Story M, Stang J, editors. *Guidelines for adolescent nutrition services*. Minneapolis: Center for Leadership, Education and Training in Maternal and Child Nutrition, Division of Epidemiology and Community Health, School of Public Health, University of Minnesota; 2005. p.155-166.
4. Tiggemann M. Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In: Cash TF, Smolak L. (editors). *Body image: a handbook of science, practice and prevention*. 2nd edition. New York, Guilford, 2011. pp 12-20.
5. Lebedina-Manzoni M, Lotar M. Percepcija sebe kod adolescenata u Hrvatskoj. *Kriminologija i socijalna integracija*. 2010;19(1):39-50.
6. Voelker DK, Reel JJ, Greenleaf C. Weight status and body image perceptions in adolescents: current perspectives. *Adolesc Health Med Ther*. 2015;6:149-158.
7. Einarsdóttir GA. *Social network site usage among adolescents: effects on mental and physical well-being*. Doctoral thesis. Reykjavik: Reykjavik University. 2015. Available at https://skemman.is/bitstream/1946/22550/1/BSc_Thesis_Gu%C3%B0r%C3%BA_n_Alma.pdf Accessed on February 19th 2018
8. Lenhart A, Madden M. *Teens, privacy*

- and online social networks. Washington, DC: Pew internet and American life project. 2007. Available at: http://www.pewinternet.org/files/oldmedia/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf Accessed on February 19th 2018
9. Perrin, A. Social networking usage: 2005–2015. Pew Research Center. 2015. Available at: <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/2015/Social-Networking-Usage-2005-2015/> Accessed on February 19th 2018
 10. Kaewpradub N, Kiatrungrit K, Hongsan-guansri S, Pavasunthipaisit C. Association among internet usage, body image and eating behaviors of secondary school students. *Shanghai Arch Psychiatry*. 2017;29(4):208–217.
 11. Tiggemann M, Slater A. Facebook and body image concern in adolescent girls: A prospective study. *Int J Eat Disord*. 2017;50(1):80–3.
 12. Mitchison D, Hay PJ. The epidemiology of eating disorders: genetic, environmental, and societal factors. *Clin Epidemiol*. 2014;6: 89–97.
 13. Rohde P, Stice E, Marti CN. Development and predictive effects of eating disorder risk factors during adolescence: implications for prevention efforts. *Int J Eat Disord*. 2015;48(2):187–198.
 14. Kim JW, Chock TM. Body image 2.0: Associations between social grooming on facebook and body image concerns. *Comput Human Behav*. 2015;48:331–9.
 15. Salomon IP. The selfie generation: examining the relationship between social media use and early adolescent body image. Theses and Dissertations-Psychology. 2017. Available at: https://uknowledge.uky.edu/psychology_etds/112/. Accessed on February 19th 2018
 16. Tiggemann M, Slater AE. The internet and body image concerns in preteenage girls. *J Early Adolesc*. 2014;34(5):606–620.
 17. Raymer K. The effects of social media sites on self-esteem. Theses and Dissertations. 2015. Available at: <https://rdw.rowan.edu/etd/284>. Accessed on February 19th 2018
 18. Tiggemann M. Body image across the adult life span: stability and change. *Body Image*. 2004;1:29–41.
 19. Knauss C, Paxton SJ, Alsaker FD. Relationships among body dissatisfaction, internalisation of the media body ideal and perceived pressure from media in adolescent girls and boys. *Body Image*. 2007;4(4):353–360.
 20. Petrie TA, Greenleaf C, Martin S. Biopsychosocial and physical correlates of middle school boys' and girls' body satisfaction. *Sex Roles*. 2010;63(9–10):631–644.
 21. Tiggemann M, Slater AE. The internet, facebook and body image concern in adolescent girls. *Int J Eat Disord*. 2013;46(6):630–633.
 22. Clark LS, Tiggemann M. Sociocultural influences and body image in 9- to 12-year-old girls: The role of appearance schemas. *J Clin Child Adolesc Psychol*. 2007;36:76–86.

Marijana Grujić

Bulevar despota Stefana 18/121,
Novi Sad
Mob: +381 60 6699959
maja6393@live.com