

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za psihologiju

ANALIZA YOUTUBE MONOLOGA TRANSRODNIH OSOBA

Diplomski rad

Mateja Jakšić

Mentorica: doc. dr. sc. Anita Lauri Korajlija

Zagreb, 2015

SADRŽAJ

UVOD	1
CILJ ISTRAŽIVANJA	8
METODOLOGIJA	8
REZULTATI	12
RASPRAVA	18
<i>Etička razmatranja</i>	25
ZAKLJUČAK	26
LITERATURA	27
PRILOZI	30

Analiza *YouTube monologa* transrodnih osoba
Analysis of transgender *YouTube monologues*
Mateja Jakšić

Sažetak: Glavni cilj istraživanja bio je analizirati videozapise u obliku monologa transrodnih osoba koji se mogu pronaći na YouTube platformi te kakve informacije ti monolozi donose jer je, s obzirom na stigmatu i negativne stavove u populaciji te nedostatak znanja kod stručnjaka o fenomenu transrodnosti, Internet primarni izvor informacija o transrodnosti. Odabrani videozapisi analizirani su s obzirom na temu, svrhu, publiku kojoj su namijenjeni, korisnost koju imaju za gledatelje, pogodnost za edukaciju te je procjenjivan način na koji autor videa iznosi informacije i kakve emocije video izaziva u gledatelju. Dobiveni rezultati govore o širokom rasponu tema o transrodnosti te različitim svrhama monologa, od kojih je najzastupljenija podijeliti svoju osobnu priču, a potom educirati gledatelje. Većina videozapisa procijenjena je korisnima za transrodne osobe, a tek poneki za stručnjake i ostale gledatelje. Neki od videozapisa procijenjeni su pogodnima za edukaciju transrodnih osoba i opće populacije, a budući da većina autora monologa ostavlja dojam dobro prilagođenih osoba koje se dobro nose sa svojom transrodnošću, postoji mogućnost korištenja ovakvih videa u svrhu skidanja stigme i stvaranja pozitivnijih stavova prema transrodnim osobama. Iako se nameće zaključak da veću gledanost imaju kvalitetni videozapisi, veliku gledanost imaju i dva videa koja prenose irelevantne informacije, a svrha im je privlačenje pažnje. Ovakvi su videozapisi nepovoljni za transrodne osobe i mogu stvoriti negativnu sliku o transrodnosti. Postoji potreba za daljnjim istraživanjima na YouTubeu i uključivanjem stručnjaka na ovakve Internet-platforme.

Glavne riječi: transrodnost, transpolnost, traženje informacija, YouTube

Abstract: The aim of this paper was analysing video recordings in the form of transgender monologues which can be found on the YouTube platform and the kind of information those monologues provide because, considering stigma, negative attitudes and the lack of experts' knowledge about transgender phenomenon, Internet is primary source of information on transgenderism. Selected videos were analysed concerning topic, purpose and their intended audience, utility for the audience, educational suitability and the manner in which authors of the videos convey information and what kind of emotions those videos evoke in a viewer. The results show a wide range of transgender topics, as well as the various purposes of the monologues, of which the most represented was sharing one's personal story and then educating the viewers. Most of the video recordings were assessed as helpful to transgender people and just a few of them to experts and other viewers. Some of the videos were considered suitable for the education of transgender people and general population and considering that most of the monologue authors give an impression of well-adjusted individuals who cope well with being transgender, there is a possibility of using those videos for the purpose of removing the stigma and creating a positive attitude towards transgender people. Although the conclusion imposes that quality video recordings have higher viewership, two videos that communicate irrelevant information are also highly viewed, and their purpose is to attract attention. Videos like these are unfavorable for transgender people and can create a negative image of transgender people. There is a need for further research on YouTube and involving the experts in such Internet platforms.

Keywords: transgenderism, transsexuality, information seeking, YouTube

UVOD

Psihologija spola i roda vrlo je aktualno, važno i zanimljivo područje kojim se psihologija mora baviti. Ova je tema kontroverzna još od samih začetaka psihologije kao discipline, a koristi različite znanstvene pristupe te prikazuje brojne razine analize koje psihologija mora razmatrati – od gena i neurona do jezika i društveno strukturiranih odnosa (Cooper i Roth, 2002). Rod i spol dvije su riječi koje smo često skloni koristiti kao sinonime, a one to nisu. Iako se većini ljudi čini da to dvoje uvijek dolazi zajedno i da znači isto, za neke ljude to su suprotnosti. Da bismo razumjeli što je to transrodnost, a što transpolnost, nužno je da najprije razlikujemo rod od spola. Spol se odnosi na biološka obilježja (kromosomska, gonadalna, fenotipska) s kojima je netko rođen. Ta obilježja određuju spolni identitet – objektivnu kategoriju jasno uočljivu okolini. Rod je pak psihološka i socijalna kategorija, uključuje individualni doživljaj pripadanja određenom spolu (Begić, 2013). Iz roda proizlazi rodni identitet, a on se odnosi na identifikaciju pojedinca kao muškarca ili žene ili, ponekad, niti kao muško niti kao žensko (American Psychiatric Association (APA), 2013).

Kod nekih se osoba njihov rodni identitet ne poklapa s njihovim spolnim identitetom. U takvim slučajevima govorimo o transpolnosti, odnosno transeksualnosti, što je ranije korišten termin, i/ili o transrodnosti. Transrodnost je šira, više društvena kategorija koja se očituje u nadilaženju rodne uloge i identiteta, dok je transpolnost stanje koje zahtijeva medicinsku skrb, a očituje se nezadovoljstvom vlastitim biološkim spolom i željom da ga se promijeni u suprotni spol (Begić, 2013). Osim navedenih termina, ovdje valja spomenuti i termin *rodna disforija*. Prema DSM-5 klasifikaciji (Dijagnostički i statistički priručnik za duševne poremećaje Američkog psihijatrijskog društva, 5. izdanje, APA, 2013), rodna disforija odnosi se na nelagodu koja može pratiti diskrepanciju koju osoba doživljava između svog rodnog identiteta i spola s kojim je rođena. Nije nužno da sve osobe dožive značajnu nelagodu zbog te nepodudarnosti, međutim, mnogi je doživljavaju ukoliko im nisu dostupne željene medicinske intervencije, kao što je hormonalna terapija i/ili operacija promjene spola. Za razliku od termina *poremećaj rodnog identiteta* koji se koristio ranije, u DSM-IV klasifikaciji (APA, 1994), u DSM-5 klasifikaciji *rodna disforija* je više opisni termin te se fokusira na disforiju kao klinički problem, a ne na identitet kao takav (APA, 2013). Ovakva

promjena terminologije je napredak u borbi za prava *trans*¹ osoba jer da bi se *trans* osobe mogle što bolje prilagoditi, važno je osigurati im adekvatnu skrb, boriti se protiv stigmatizacije i raditi na edukaciji. Najnovija verzija Standarda skrbi za zdravlje transpolnih, transrodnih i rodno nenormativnih osoba iz 2012. nastavlja u duhu depatologizacije rodne varijantnosti te skidanja stigme s *trans* osoba, a pitanju je li rodna disforija psihički poremećaj ili nije pristupa na diplomatski način, objašnjavajući da kod nekih osoba takva disforija može uzrokovati razinu nelagode koja zadovoljava kriterije za postavljanje formalne dijagnoze koja se može klasificirati kao psihički poremećaj (De Cuypere i Gijs, 2014). Svjetska strukovna organizacija za zdravlje transrodnih osoba (WPATH, 2012) kaže da je biti transrodan, transpolan ili ne konformirati se rodu stvar različitosti, a ne psihopatologije. U ovom radu koristiti će se sva četiri pojma, ovisno o tome o kojem se pojmu ili populaciji govori.

Rodna disforija javlja se u različitom intenzitetu. Tako je osjećaj nepripadanja spolu u kojem su rođeni kod nekih ljudi blag i ne izaziva potrebu za promjenom, a kod nekih toliko intenzivan da narušava kvalitetu života i snažno motivira osobu na promjenu spola. Promjena spola može biti potpuna ili djelomična – nekim su osobama dovoljni već i učinci hormonalne terapije koja im daje neka obilježja suprotnog spola, a neke će zadovoljiti samo potpuna, kirurška promjena spola te promjena rodne uloge u svim aspektima života (Begić, 2013). Potonje je karakteristično za transpolnost jer se na nju gleda kao na ekstremni kraj spektra svih stanja u okviru rodne disforije (Cohen–Kettenis i Gooren, 1999). Operacija promjene spola postaje nešto uobičajenija i dostupnija praksa tek od sredine 20. stoljeća, što je dovelo do povećanja svijesti o konceptu rodnog identiteta i prepoznavanja rastućeg broja osoba koje žele „prijeći“ iz jednog spola u drugi. Ranije, sve do sredine 20. stoljeća, ovakva su stanja (uz vrlo rijetke izuzetke) klasificirana kao psihopatološka te su na taj način i tretirana, nastojeći osobu dovesti u sklad sa spolom u kojem je rođena (Drescher, 2014). Međutim, kako ističu Cohen–Kettenis i Gooren (1999), s obzirom na činjenicu da transpolne osobe ne pokazuju ozbiljna psihopatološka odstupanja u prilagodbi, a osjećaj pripadanja suprotnom spolu je nepromjenjiva kategorija koju se psihoterapijom ne može „ispraviti“, operacija promjene spola danas je terapija izbora u radu s transpolnim osobama. Operacija je velik korak koji nepovratno mijenja tjelesne karakteristike osobe

¹ Termin „trans“ koristi se kao nadređeni pojam koji obuhvaća sve transrodne, transpolne i rodno nenormativne osobe

te prije takvog kirurškog zahvata osoba prolazi kroz detaljno propisane procedure (De Cuypere i Gijs, 2014).

Rodna disforija može se pojaviti u dječjoj dobi (prije šeste godine) kada ima najveću učestalost, adolescenciji i u odrasloj dobi (najčešće u ranim dvadesetima) (Begić, 2013). U odrasloj dobi transpolnost se javlja kod jednog na 30 000 muškaraca te kod jedne na 100 000 žena (Davison i Neale, 2002). Međutim, podaci koje su dobile Olyslager i Conway (2008) sugeriraju da bi te brojke ipak mogle biti veće. Njihovi podaci govore da se transrodnost javlja kod jednog na 11 900 muškaraca te jedne na 30 400 žena. Ovo zapravo i nije iznenađujuće ako u obzir uzmemo stigmatizaciju transrodnih i transpolnih osoba kao i diskriminaciju s kojom se susreću, a autorice su nalaze o većoj učestalosti objasnile time što se u novije vrijeme ovakva stanja bolje prepoznaju i točnije dijagnosticiraju. Razlike u učestalosti mogu se naravno pripisati i činjenici da se ponekad izvještava o transrodnosti, a ponekad o transpolnosti, a tek će noviji podaci moći govoriti o učestalosti rodne disforije kako je definira DSM-5.

Osim prema dobi u kojoj se pojavljuje, transrodnost i transpolnost razlikujemo i prema smjeru tranzicije spola. Terminologija se u ovoj podjeli s vremenom mijenjala, pa je tako osoba rođena u muškom spolu, a sa željom da postane ženskog spola, najprije opisivana kao transseksualni muškarac, zatim kao muško-u-žensko transseksualna osoba (MuŽ; engl. MtF), dok se danas za takve osobe koristi termin trans-žena – prema spolu s kojim se osoba identificira. Isto tako, termin transseksualna žena promijenio se najprije u termin žensko-u-muško transseksualna osoba (ŽuM; engl. FtM), pa u transmuškarac (De Cuypere i Gijs, 2014).

Još uvijek nije u potpunosti razjašnjeno kako transpolnost nastaje. Postoje različite teorije koje ju objašnjavaju, no sve je više istraživanja koja pokazuju da je uzrok biološki, kao što je utjecaj hormona tijekom spolne diferencijacije mozga (Bakker, 2014; Swaab, 2007) te razlike u volumenu dijela mozga odgovornog za spolno ponašanje između transpolnih i netranspolnih osoba (Zhou, Hoffman, Gooren i Swaab, 1995). Prema Jokić-Begić (2013), ovaj složeni fenomen najbolje je promatrati kroz biopsihosocijalni model, prema kojem i u bolesti i u zdravlju čovjeka sudjeluju svi sustavi – biološki, psihološki i socijalni, a njihovo međudjelovanje određuje ishode. Primijenimo li ovaj model na fenomen transpolnosti, u njezino objašnjenje možemo krenuti biološkim sustavom. Biološka podloga transpolnosti, uz dokaze iz spomenutih

neurobioloških istraživanja, vidljiva je i u činjenici da se ovaj fenomen pojavljuje u svim društvima gotovo jednakom incidencijom. Nasuprot tome, socijalni sustav očituje se u socijalnim reakcijama koje su u potpunosti određene vrijednosnim sustavom društva. Odnos društva, ali i medicinske struke, prema transpolnosti utječe na transpolne osobe u tom društvenom okruženju, točnije, na to hoće li se takve osobe javiti po pomoć i kakva su njihova očekivanja (psihološki sustav). Ukoliko postoji negativan stav društva prema transpolnosti te ako u tom društvu postupak promjene spola nije prihvatljiva opcija, može se očekivati da će se osobe s ovim neskladom nerado obraćati za pomoć – većina će rješenja tražiti ili u prilagodbi na ulogu biološkog spola ili u iseljenju (Jokić–Begić, 2013).

Prepreke, kao što je stigmatizacija povezana s traženjem pomoći kod stručnjaka za psihičko zdravlje, mogu potaknuti osobe sa psihičkim smetnjama da potraže alternativne načine dobivanja pomoći. Jedna od tih mogućnosti je pretraživanje informacija na Internetu. Traženje informacija (engl. *information seeking behavior*) možemo definirati kao „*hotimično traganje za informacijama koje proizlazi iz potrebe da se zadovolji neki cilj. Tijekom traganja, pojedinac može koristiti manualne informacijske sustave (kao što su novine ili knjižnica) ili računalne sustave (World Wide Web)*“ (Wilson, 2000; str. 49). Razvoj Interneta omogućio je korisnicima pristup mnoštvu različitih informacija, pa tako i onih o zdravlju i tjelesnim i psihičkim bolestima. Štoviše, traženje medicinskih informacija na Internetu posljednjih je desetak godina postalo uobičajeno ponašanje. Percheski i Hargittai (2011) proveli su na uzorku studenata istraživanje o traženju zdravstvenih informacija te dobili rezultat da je 78% studenata informacije o zdravlju koje su im bile potrebne tražilo upravo na Internetu. Istraživanje Powella i Clarke (2006) pokazalo je da je 18% svih korisnika Interneta iz njihovog uzorka sudionika koristilo Internet kako bi pronašlo informacije o psihičkom zdravlju. Gotovo četvrtina (24%) sudionika tog istraživanja navelo je Internet kao jedan od tri ključna izvora na kojima bi tražili informacije kada bi imali problema s psihičkim zdravljem. Prema istraživanju Gowen (2013), mlađe odrasle osobe s dijagnozom nekog psihičkog poremećaja pronađene informacije koriste kako bi bolje razumjele svoje stanje te same sebi olakšale nošenje s poteškoćama. Osim toga, takve su im informacije korisne i za preispitivanje onoga što im govori liječnik, proučavanje dostupnih opcija

liječenja, kao dobra priprema za posjet liječniku i edukaciju o nuspojavama propisanih lijekova. Ono što navode kao negativnu stranu ovako lake dostupnosti brojnih informacija je to što se ponekad osjećaju potpuno preplavljeni velikom količinom pronađenog te su ponekad sumnjičavi prema informacijama koje su dostupne. Osim ovoga, još neka istraživanja predlažu da su osobe koje su sklone online proučavanju zdravstvenih informacija nesigurne u kvalitetu informacija o psihičkom zdravlju. Usprkos tome, takve osobe i dalje koriste Internet u svrhu informiranja (Powell i Clarke, 2006).

Iako nam se ta sumnjičavost prema informacijama može učiniti pozitivnom, zanimljiva je, a ujedno i zabrinjavajuća činjenica da ljudi uglavnom ne provjeravaju kvalitetu dobivenih informacija. Oko 25% korisnika Interneta u Americi koji traže zdravstvene informacije online, vrlo su oprezni s podacima koje su pronašli. Druga četvrtina također propituje kvalitetu, no ima neki ležerniji protokol i korake koje poduzima kako bi tu kvalitetu provjerila. Preostala polovina korisnika oslanja se samo na „*zdrav razum*“ pri odlučivanju hoće li tim informacijama vjerovati ili neće (Fox i Rainie, 2002). I dok na popisu preciznih izvora informacija o psihičkom zdravlju Internet zauzima šesto mjesto, kod odraslih s problemima sa psihičkim zdravljem, na popisu svih izvora informacija, on zauzima visoko treće mjesto (Powell i Clarke, 2006).

Prema ispitivanju Fox i Rainiea (2000), od svih Amerikanaca koji tragaju za informacijama o zdravlju na Internetu, 21 milijun ljudi izvještava da su informacije koje su pročitali na neki način utjecale na njih. Polovica od njih izjavila je da su ih informacije potaknule da se obrate liječniku s novim pitanjima ili da potraže drugo mišljenje, a 28% reklo je da su pronađene informacije utjecale na to hoće li uopće otići k liječniku ili ne (Fox i Rainie, 2000).

Kada ljudi na Internetu traže informacije vezane za psihološke teme, na vrhu rezultata potrage nalaze se članci s Wikipedije. Udruženje za psihološku znanost pokrenulo je „Wikipedia inicijativu“ kojoj je cilj da se informacije o psihologiji koje se mogu pronaći na ovoj besplatnoj internetskoj enciklopediji učine što točnijima i potpunijima. Ova je inicijativa potaknuta alarmantnim podacima koji govore da psihologijski članci loše kvalitete na Wikipediji svakodnevno bilježe oko 64 000 pogleda (Banaji, 2010).

Osim svega što se može pročitati na Wikipediji i drugim, više ili manje pouzdanim stranicama i forumima, puno se toga može i pogledati u obliku videozapisa na YouTubeu. Ova platforma ima više od milijardu korisnika. Svakoga dana ljudi na YouTubeu pogledaju stotine milijuna sati sadržaja te generiraju milijarde prikaza, a ti brojevi i dalje samo rastu – broj sati koje ljudi mjesečno provedu gledajući sadržaje na YouTubeu svake se godine poveća za 50%. Svake se minute na YouTubeu prenese čak 300 sati videozapisa (Statistika, 2015). Socijalna mreža koja postoji na YouTubeu omogućava stvaranje zajednica i grupa. Videi više nisu nezavisna jedna od drugih, a isto tako nisu ni korisnici, što uvelike pridonosi popularnosti ove stranice (Cheng, Dale i Liu, 2007). Korisnici tamo mogu pronaći informacije, ali ih i s lakoćom podijeliti s drugima. Osim informacija, na toj se stranici može tražiti i dijeliti podrška te ostvarivati kontakt s drugim korisnicima. Istraživanje o psihičkom zdravlju na YouTubeu koje je provela Foster (2013) pokazuje da su, što se tiče namjera sudionika da sudjeluju u traženju informacija na YouTubeu, gledanje videa i čitanje komentara kako bi učili iz tuđih iskustava najčešće svrhe traženja ove vrste zdravstvenih informacija. Namjere s kojima se kreće u traženju za informacijama nisu povezane samo sa željom da se sazna i nauči nešto novo, već se čine jasno povezane i s otkrivanjem što drugi ljudi znaju o određenom problemu.

U mnoštvu različitih informacija na YouTubeu možemo pronaći i informacije o transrodnosti. Uz videozapise koji objašnjavaju transrodnost, kratke filmove, dokumentarne priloge i slično, možemo pronaći i čitave kanale *trans* osoba. Na te kanale *trans* osobe postavljaju svoja videa u kojima govore o različitim temama. Istraživanje o transrodnim osobama u Europskoj uniji pokazalo je da mnoge *trans* osobe žive i odrastaju u takvom socijalnom okruženju u kojem ljudi gotovo uopće nisu svjesni postojanja *trans* osoba, a kamoli njihovih potreba (European Union Agency for Fundamental Rights, 2014). Iz tog razloga, transrodne osobe su prisiljene pronaći druga rješenja. Transrodna mladež u potrazi je za okruženjem u kojem će se osjećati ugodno, za okruženjem u kojemu može stvoriti sadržaj pomoću kojeg će se prikazati u svjetlu kakvom želi – a upravo se YouTube pokazao kao sjajno rješenje tog problema (O'Neill, 2014). *Trans* video blogovi na YouTubeu u naglom su porastu. Višemodalnost videa kao medija korisnicima pruža priliku da dokumentiraju svoju tranziciju i ispričaju svoju

priču na način koji podsjeća na interakciju licem u lice te da, na tako iznesen sadržaj, dobiju povratnu informaciju od drugih (Raun, 2010).

Pregledavanjem najpopularnijih videa, O'Neill (2014) je identificirao pet kategorija videozapisa koje transrodna mladež stavlja na YouTube: 1. *tranzicijski videozapisi* – videa koja se sastoje od fotografija koje prate vremenski slijed tranzicije osobe u željeni spol; 2. „*uradi sam*“ *spol* – objašnjenja, upute i savjeti kako se na najbolji način prezentirati kao pripadnik željenog spola; 3. *trans video blog* – videozapisi kao dnevnik svakodnevnih iskustava autora; 4. *trans videozapis protiv zlostavljanja* – iskustva s trans-fobijom, načini suočavanja i nošenja sa zlostavljanjem; 5. *video blog slavnih trans osoba* – videozapisi u kojima slavne *trans* osobe nude uvid u svoju tranziciju. Autor kaže kako to nije konačna lista kategorija te da je ona podložna promjenama. Možda ne bi bilo na odmet ovdje dodati i šestu kategoriju koja bi obuhvaćala „*coming out*“ videa, u kojima se autori gledateljima otkrivaju kao *trans* osobe i/ili prepričavaju priču o tome kako su svoju transrodnost/transpolnost obznanili svojoj okolini. U takvim videima osobe često govore o čitavom putu koji su do tog trenutka prošle i nekim indikacijama rodne disforije koje su se pojavile još u vrlo ranoj dobi. Ponavljanje takvih priča kod *trans* osoba koje ih gledaju stvara osjećaj zajedništva i istovjetnosti takvih iskustava (Alexander i Losh 2010).

Redovito se događa da mediji, govoreći o transpolnosti na senzacionalistički način, usmjeravajući se na neusklađenost roda kojem pripadaju te na nemogućnost da u potpunosti ostvare ženstvenost ili muževnost, pogrešno predstavljaju sliku života koji žive transrodne i transpolne osobe (Raun, 2010). S obzirom na to, postavlja se pitanje predstavlja li ova rastuća Youtube *trans* zajednica transrodne osobe na pravi način, te kakav zapravo utjecaj opisani videozapisi imaju na odluke transrodnih osoba. Autori takvih videa, zbog iskustva koje imaju (kao što je uzimanje hormona suprotnog spola i/ili operacija promjene spola), u svojim se monolozima često predstavljaju kao „stručnjaci“ čija je „misija“ da na neki način educiraju i savjetuju druge transrodne osobe (Dame, 2013). Kao uzori svima koji su tek na početku tranzicije ili su nesigurni oko svojeg rodnog identiteta, osjećaju se odgovornima otvoreno i iskreno prikazati sva svoja iskustva s tim procesom (uključujući ugodna, ali i ona neugodna), dok s druge strane osjećaju potrebu održati pozitivnu sliku o vlastitom uspjehu i tako odgovoriti na očekivanja ostalih transrodnih osoba (Raun, 2012).

Zbog nedostatka adekvatno obrazovanih stručnjaka i negativnih stavova prema *trans* osobama u Hrvatskoj, Internet je *trans* osobama primarni izvor informacija te medij putem kojeg se mogu povezati jedni s drugima (Jokić–Begić i sur., 2008; Jokić–Begić, Lauri Korajlija i Jurin, 2014). Neupitno je da se na YouTubeu *trans* osobe mogu povezati jedne s drugima i da tamo mogu pronaći brojne sadržaje o transrodnosti/transpolnosti. No isto tako, ti su sadržaji dostupni i svima ostalima u potrazi za informacijama o ovoj temi. Postavlja se pitanje kakva je kvaliteta tih informacija te s čime se sve može susresti osoba, bilo da je stručnjak, transrodna ili samo znatiželjna osoba, koja putem YouTubea traži informacije o transrodnosti/transpolnosti. Prema tome, ovaj rad bavi se kvalitativnom analizom 17 popularnih (najgledanijih, koje prve pronalazimo pretragom sadržaja prema relevantnosti) *YouTube monologa* transrodnih osoba.

CILJ ISTRAŽIVANJA

Glavni cilj istraživanja bio je analizirati videozapise u obliku monologa transrodnih osoba koji se mogu pronaći na YouTube platformi te kakve informacije ti monolozi donose jer je, s obzirom na stigmatu i negativne stavove u populaciji te nedostatak znanja kod stručnjaka o fenomenu transrodnosti, Internet primarni izvor informacija o transrodnosti. Odabrani videozapisi analizirani su s obzirom na temu, svrhu, publiku kojoj su namijenjeni, korisnost koju imaju za gledatelje, pogodnost za edukaciju te je procjenjivan način na koji autor videa iznosi informacije i kakve emocije video izaziva u gledatelju.

METODOLOGIJA

Videozapisi čiji je sadržaj analiziran u ovom radu pronađeni su na internetskoj stranici YouTube (www.youtube.com) 22.1.2015., a kao ključna riječ u potrazi korišten je engleski termin „*transgender*“ jer se opisana YouTube *trans* zajednica koristi engleskim jezikom. Rezultati su sortirani prema relevantnosti – uz pomoć filtera koji

rezultate pretrage rangira s obzirom na broj pregleda koji video ima te oznake koje autor videa sam označi na objavljenom videu; u ovom slučaju oznaka „*transgender*“. Za analizu je odabrano prvih dvadeset videozapisa koji se mogu okarakterizirati kao monolozi. Razlog odabira ove vrste videa je njihova raznolikost, učestalost i količina informacija koje donosi. Dakle, odabrali smo monologe jer su najčešći, jer smo tako mogli zahvatiti najviše različitih tema i raznovrsnih informacija koje autori takvih videa dijele s gledateljima, što je važno jer nas je zanimalo upravo to na kakve sve sadržaje možemo naići u potrazi za informacijama o transrodnosti na YouTubeu. Videozapisi koji ne spadaju u monologe (kao npr. tranzicijski video) nisu uzeti u analizu. Osim videa koji ne spadaju u monologe, prilikom odabira preskočena su i videa autora čiji se videozapis već našao na popisu, tako da u analizi nema dva ili više videa istog autora, iako su se redosljedom ona možda pojavila i prije videa nekih drugih autora. Razlog ovakvom postupku je želja da se obuhvati što više različitih transrodnih YouTube blogera, a ne tek nekolicina onih čiji su kanali i videa najpopularniji. Iz odabranog uzorka od dvadeset videa, naknadno su iz analize izbačena tri videa čiji su autori bile maloljetne osobe, što nas dovodi do konačnog uzorka od ukupno sedamnaest videa.

Tablica 1 prikazuje popis odabranih YouTube monologa transrodnih osoba. Trinaest transrodnih osoba iz ovog uzorka monologa su, prema smjeru tranzicije, trans-žene (MuŽ), a četiri trans-muškarci (ŽuM), što otprilike odgovara omjeru koji se pronalazi u populaciji. Većina je videa novijeg datuma, tek ih se nekolicina na YouTubeu nalazi dulje od dvije godine. Prosječno trajanje videa iz uzorka je oko deset minuta. Sva pronađena videa imaju više od tisuću pogleda, a većina i više od 10 000 pogleda te mnogo više odobravanja nego neodobravanja.

Redosljed rezultata pretrage na YouTubeu stalno se pomalo mijenja, bez obzira na korišteni filter. Količina sadržaja na platformi neprekidno raste – korisnici stavljaju nove videozapise iz minute u minutu, gledaju različite sadržaje čime se mijenja broj pogleda svakog zapisa i sl. Prilikom ponovne pretrage, zasigurno ne bismo dobili posve istih 17 videa. Međutim, kako je već spomenuto, cijela YouTube *trans* zajednica naglo raste te nije moguće u svakom pokušaju obuhvatiti identični sadržaj. U ovom radu analizirani su videozapisi koji su u navedenom razdoblju bili popularni i ono što ti videozapisi donose gledatelju.

Tablica 1

Podaci o odabranim videozapisima (YouTube monolozima transrodnih osoba) - smjer tranzicije, datum objave, trajanje te prikaz popularnosti pojedinog videa (broj pogleda, odobravanja i neodobravanja te komentara)

rbr. videa	smjer	datum objave	trajanje (min)	pogledi	odobravanja	neodobravanja	komentari
1	MuŽ	16.12.2013.	4:08	2 189 603	69 183	2 308	16 099
2	MuŽ	24.9.2014.	7:54	195 442	4 104	100	735
3	MuŽ	29.12.2014.	2:57	67 027	1 976	144	825
4	MuŽ	20.9.2014.	12:22	4 146	124	2	26
5	ŽuM	13.1.2015.	6:02	11 229	851	5	83
6	MuŽ	5.8.2009.	7:34	147 522	406	15	184
7	ŽuM	29.1.2014.	17:37	34 872	321	12	225
8	ŽuM	10.9.2013.	3:18	7 555	133	1	3
9	MuŽ	30.5.2014.	18:52	10 950	244	2	60
10	MuŽ	17.4.2014.	12:07	128 934	658	36	490
11	ŽuM	27.9.2014.	10:59	2 854	99	2	62
12	MuŽ	4.1.2015.	14:26	28 810	346	21	130
13	MuŽ	27.6.2014.	14:44	37 372	712	78	402
14	MuŽ	22.11.2014.	13:42	114 298	515	133	1 044
15	MuŽ	24.12.2014.	8:53	1 762	78	7	93
16	MuŽ	16.3.2011.	2:17	66 929	177	9	155
17	MuŽ	19.3.2012.	8:13	338 501	4 180	244	2 772

Kako bi procjene bile što objektivnije, videa iz tablice nezavisno je analiziralo sedam studenata (procjenjivača), četiri studentice i tri studenta. Svi procjenjivači studenti su druge godine diplomskog studija psihologije na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Poziv za pomoć pri istraživanju, na koji su se ovi studenti javili, postavljen je na stranici studenata završne godine psihologije na jednoj društvenoj mreži. Studenti (procjenjivači) odabrani za sudjelovanje u ovom istraživanju obavljali su zadatak opažanja u zamjenu za eksperimentalne sate. Procjenjivači su na raspolaganju imali tjedan dana da pogledaju videozapise i odgovore na unaprijed pripremljena pitanja koja su im uz uputu poslana putem e-maila. Pitanja za procjenu videa nalaze se u prilogu (*Prilog 1*). Dva dana (koja su iskorištena za pregled i sistematiziranje podataka dobivenih od procjenjivača) nakon toga, dok su sjećanja na sadržaje videa još bila svježija, održana je grupna diskusija u trajanju od dva sata. U diskusiji su sudjelovali svi procjenjivači te provoditelj istraživanja kao voditelj rasprave. Cilj je bio usuglasiti odgovore u kojima je između različitih procjenjivača došlo do neslaganja prilikom procjenjivanja videa. Na taj su način zajednički donesene odluke o tome koja je tema svakog videa, svrha videa, kome se autor videa obraća, kako se autor nosi sa svojom transrodnošću te ostavlja li dojam dobro prilagođene osobe.

Prije održavanja grupne diskusije, provjerili smo koliko se procjenjivači slažu u svojim procjenama. Dobiveni koeficijenti slaganja među procjenjivačima za svako pitanje zatvorenog tipa nalaze se u *Prilogu 2*. Visoke vrijednosti koeficijenata ukazuju na visok stupanj slaganja među procjenjivačima, što opravdava korištenje grupne diskusije i traženje konsenzusa.

O odgovorima na pitanje o emocijama koje video izaziva nije se raspravljalo, oni su ostavljeni raznolikima. Odgovore na ostala pitanja iz protokola, procjenjivači su davali na skalama od jedan do pet, gdje je vrijednost 1 značila „uopće ne“, a vrijednost 5 „veoma“. Ti odgovori predstavljaju procjene studenata-procjenjivača o tome koliko je, na primjer, pojedini videozapis koristan gledateljima. Kao podaci o odgovorima na takva pitanja, korištene su centralne vrijednosti procjena svih procjenjivača.

REZULTATI

U *Tablici 2* nalaze se prikazi odgovora na pitanja o tome kome se autor videa obraća, koja je tema te svrha svakog videa. Ti odgovori predstavljaju konsenzus svih procjenjivača nakon grupne diskusije. Iz *Tablice 2* možemo vidjeti da se u devet od ukupno sedamnaest videa autori obraćaju svim gledateljima na YouTubeu, u sedam transrodnim gledateljima, a jedan video namijenjen je roditeljima transrodnog djeteta. Pregledom tema svih videa, vidljivo je da su teme o kojima autori govore, iako se sve dotiču transrodnosti, vrlo raznolike. Mogu se čuti monolozi u tematskom rasponu od vrlo osobnih, intimnih priča do instrukcija bez ikakvih osobnih detalja. Međutim, u najvećem broju slučajeva, autori ipak govore o sebi.

Tablica 2
Ciljana publika, tema i svrha svakog videa

Rbr. videa	Ciljana publika	Tema	Svrha
1	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Obznanjivanje gledateljima da je osoba transrodna; zahvala za podršku, približavanje situacije u kojoj se nalazi široj publici</i>	Dati savjete (osobama koje se osjećaju loše jer su drukčiji ili su se na neki način promijenili) Podijeliti svoju osobnu priču Privući pažnju
2	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Spolni odnos nakon operacije promjene spola</i>	Educirati (transpolne Muž osobe i njihove partnere) Podijeliti svoju osobnu priču
3	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Priznanje gledateljima da je transrodna osoba i ohrabivanje drugih koji se bore sa sličnim osjećajima</i>	Podijeliti svoju osobnu priču
4	Transrodne osobe	<i>Upoznavanje transrodnih osoba s utjecajem hormona i onim što mogu očekivati uporabe hormona</i>	Educirati (transrodne osobe) Dati savjete (transrodnim osobama)
5	Roditelji transrodne djece	<i>Uloga roditeljskog prihvaćanja transrodnih osoba</i>	Educirati (roditelje transrodne djece) Dati savjete (roditeljima transrodne djece)
6	Transrodne osobe	<i>Tehnike postizanja feminiziranijeg, ženskog glasa</i>	Educirati (Muž transrodne osobe) Dati savjete (Muž transrodnim osobama)

7	Transrodne osobe	<i>Tjelesne i psihičke promjene do kojih dolazi kada osoba uzima testosteron i kada prestane uzimati isti</i>	Educirati (ŽuM transrodne osobe) Podijeliti svoju osobnu priču
8	Transrodne osobe	<i>Neugodna pitanja koja ljudi postavljaju transrodnim osobama i kako odgovarati na njih</i>	Dati savjete (transrodnim osobama)
9	Transrodne osobe	<i>Faze u tranziciji spola; tjelesne i psihičke promjene koje se događaju</i>	Educirati (transrodne osobe i njima bliske ljude) Dati savjete (transrodnim osobama)
10	Transrodne osobe	<i>Proces tranzicije s osobnog, primarno emocionalnog aspekta</i>	Podijeliti svoju osobnu priču
11	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Pitanje privatnosti oko transrodnosti i treba li se svugdje nužno deklarirati kao transrodna osoba</i>	Žaliti se/"istresti" brige Podijeliti svoju osobnu priču
12	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Vlastiti, dugoročni proces tranzicije - od prvih indikacija da bi osoba mogla biti transrodna</i>	Podijeliti svoju osobnu priču
13	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Incident na poslu na kojem se osjeća diskriminirano</i>	Žaliti se/"istresti" brige Privući pažnju
14	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Nasumične informacije o vlastitom životu i svakodnevici te određeni negativni aspekti transrodnosti</i>	Žaliti se/"istresti" brige Podijeliti svoju osobnu priču Privući pažnju
15	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Problemi i neugodnosti po povratku u rodno mjesto kao osoba suprotnog spola</i>	Žaliti se/"istresti" brige Podijeliti svoju osobnu priču
16	Transrodne osobe	<i>Uvod u principe kojima se glas može promijeniti iz muškog u ženski</i>	Educirati (MuŽ transrodne osobe)
17	Svi gledatelji na YouTubeu	<i>Nošenje sa transrodnošću s fokusom na ljubavni život</i>	Dati savjete (transrodnim osobama) Podijeliti svoju osobnu priču

Za svaki video, procjenjivači su odredili minimalno jednu, a maksimalno tri glavne svrhe. Većina videozapisa ima više od jedne svrhe. Frekvencija i postotak videa s određenom svrhom prikazani su u *Tablici 2a*. Prema mišljenju procjenjivača, autori najvećeg broja videozapisa (59%) snimili su videa kako bi s gledateljima podijelili svoju osobnu priču. Sljedeća najzastupljenija svrha koju pronalazimo u 8 od 17 videa (47%) jest educirati gledatelje, a gledateljima se žele dati savjeti u 6 od 17 videa (35%).

Tablica 2a
Frekvencije i postoci određene svrhe videa

	<i>f</i>	%
Educirati	8	47
Dati savjete	6	35
Žaliti se/“istresti“ brige	4	23.5
Podijeliti svoju osobnu priču	10	59
Privući pažnju	3	17.5

Procjene studenata o tome kako se osoba nosi sa svojom transrodnošću te dojam o prilagođenosti koji autor videa ostavlja prikazani su u *Tablici 3*. Prema procjenama, većina autora videa ostavlja dojam dobro prilagođene osobe koja se uspješno nosi sa svojom transrodnošću – samo su tri autora ostavila dojam neprilagođenosti te da se teško nose s transrodnošću.

Tablica 3
Procjene kako se pojedina osoba nosi sa svojom transrodnošću te ostavlja li dojam dobro prilagođene osobe

Rbr. videa	Nošenje s transrodnošću	Prilagođenost
1	Dobro	Da
2	Dobro	Da
3	Jako dobro	Da
4	Jako dobro	Da
5	Jako dobro	Da
6	Dobro	Da
7	Dobro	Da
8	Jako dobro	Da
9	Jako dobro	Da
10	Jako dobro	Da
11	Dobro, uz male poteškoće	Da
12	Dobro	Da
13	Teško	Ne
14	Teško	Ne
15	Teško	Ne
16	Dobro	Da
17	Jako dobro	Da

Emocije koje su videozapisi izazvali kod različitih procjenjivača su raznolike (Tablica 4). Tek su na rijetke sadržaje svi procjenjivači imali iste emocionalne reakcije (15. video izazvao je neugodne emocije kod svih procjenjivača) ili sadržaj nije izazvao emocionalne reakcije (16. video). Primjećujemo da su samo dva videa izazvala uglavnom neugodne emocije, dok je većinom ugodne emocije izazvao tek jedan video. Veći broj videa procjenjivači su procijenili neutralnima, dok su na preostale videozapise emocionalne reakcije podijeljene (šest videozapisa).

Tablica 4
Emocije koje je pojedini video izazvao kod različitih procjenjivača te broj procjenjivača koji su dali određeni ponuđeni odgovor

Rbr. videa	Emocije	N	Rbr. videa	Emocije	N
1	Ugodne	2	10	Ugodne	1
	Neugodne	1		Neugodne	2
	I ugodne i neugodne	3		I ugodne i neugodne	2
	Neutralan/ne izaziva emocije	1		Neutralan/ne izaziva emocije	2
2	I ugodne i neugodne	1	11	Ugodne	1
	Neutralan/ne izaziva emocije	6		Neugodne	1
				Neutralan/ne izaziva emocije	5
3	Ugodne	3	12	Ugodne	1
	Neugodne	1		I ugodne i neugodne	5
	Neutralan/ne izaziva emocije	3		Neutralan/ne izaziva emocije	1
4	Ugodne	1	13	Neugodne	5
	Neutralan/ne izaziva emocije	6		Neutralan/ne izaziva emocije	2
5	Ugodne	5	14	Neugodne	3
	I ugodne i neugodne	1		Neutralan/ne izaziva emocije	4
	Neutralan/ne izaziva emocije	1			
6	Ugodne	1	15	Neugodne	7
	Neutralan/ne izaziva emocije	6			
7	Ugodne	1	16	Neutralan/ne izaziva emocije	7
	Neugodne	1			
	Neutralan/ne izaziva emocije	5			
8	Ugodne	3	17	Ugodne	2
	Neutralan/ne izaziva emocije	4		Neugodne	1
9	Ugodne	2		I ugodne i neugodne	1
	Neutralan/ne izaziva emocije	5	Neutralan/ne izaziva emocije	3	

Tablica 5 prikazuje centralne vrijednosti (C) i totalne raspone (TR) procjena koje su na skalama od jedan do pet procjenjivači davali kao odgovore na dio pitanja (od 7. do 13. pitanja) iz protokola za procjenu sadržaja odabranih YouTube monologa. Najviše je videozapisa procijenjeno korisnima i veoma korisnima za transrodne osobe (14 od 17 videozapisa), jedan je video procijenjen kao „niti je koristan niti nije koristan“, a dva videa nisu korisna transrodnim osobama. Za stručnjake su korisnima procijenjena dva videozapisa, devet ih je označeno kao „niti je koristan niti nije koristan“, pet videa nije korisno, a samo jedan video uopće nije koristan. Za ostale gledatelje dva su videozapisa procijenjena korisnima te jedan videozapis veoma korisnim, a preostali uglavnom kao „niti su korisni niti nisu korisni“. Procijenjeno je da stručnu terminologiju koriste autori samo dva monologa, najveći broj autora (76%) ne koristi ili uopće ne koristi stručnu terminologiju. Procjene ukazuju na to da su vjerodostojne informacije iznijeli autori šest monologa, a vrlo vjerodostojne devet monologa. Autentičnima i vrlo autentičnima procijenjeno je 15 autora, a samo je pet autora videa u procjenjivačima izazvalo empatiju. Procjene za pitanje „Koliko vas je osoba iz videa zainteresirala da pogledate ostala videa na njenom kanalu?“ pretežito su manje od „3“, dakle autori kod procjenjivača većinom nisu izazvali ili uopće nisu izazvali interes za daljnje gledanje; procjenu „4“ dobila je samo jedna osoba. Međutim, vrijednosti totalnih raspona za ovo su pitanje najveće, što znači da su u ovim procjenama najveće individualne razlike među procjenjivačima. Procjenjivači su pogodnima za edukaciju označili pet videozapisa, a vrlo pogodnima tri videozapisa, kao „nije pogodan“ također tri, a preostali su označeni kao „niti su pogodni niti nisu pogodni“ za edukaciju.

Tablica 5
Centralne vrijednosti i rasponi procjena videa na skali od 1 do 5 (gdje 1 znači „uopće ne“, a 5 „veoma“)

rbr. videa	korisnost videa						stručna terminologija	vjerodostojne informacije	autentičnost autora	izaziva empatiju	izaziva interes za daljnje gledanje	pogodan za edukaciju						
	za transrodne osobe		za stručnjake		za ostale gledatelje													
	C	TR	C	TR	C	TR								C	TR	C	TR	C
1	4	1	2	1	3	2	1	2	4	2	5	2	3	2	2	3	3	2
2	4	3	3	4	3	4	1	2	4	3	4	2	2	3	3	3	4	4
3	4	3	2	4	2	4	1	2	4	1	4	1	3	3	1	3	3	2
4	5	1	4	4	2	3	3	2	5	1	5	1	3	3	1	3	5	2
5	3	2	3	2	5	2	3	3	5	2	5	1	4	2	4	4	5	2
6	5	1	3	2	3	2	4	3	5	2	5	1	3	2	2	4	4	2
7	5	1	4	2	3	3	2	2	4	2	5	2	3	2	2	4	4	2
8	4	2	2	1	3	2	2	3	5	2	5	2	4	2	3	3	3	2
9	5	0	3	3	3	3	4	2	5	2	5	2	3	2	3	3	5	1
10	4	2	3	2	3	3	2	3	5	2	5	2	3	2	2	3	3	2
11	4	1	3	0	3	3	2	3	4	2	5	1	3	3	2	3	3	1
12	4	2	3	2	4	4	2	2	5	2	4	2	4	3	2	3	4	2
13	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2
14	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	3	4	2	2	1	2	2	1
15	4	2	3	2	4	4	2	2	5	2	5	2	4	1	2	3	3	2
16	4	3	2	2	2	2	2	3	4	1	4	1	2	3	2	2	2	3
17	4	2	3	1	3	2	2	2	5	2	5	1	4	2	2	4	4	3

RASPRAVA

Glavni cilj istraživanja bio je analizirati videozapise u obliku monologa transrodnih osoba koji se mogu pronaći na YouTube platformi te kakve informacije ti monolozi donose jer je, s obzirom na stigmatu i negativne stavove u populaciji te nedostatak znanja kod stručnjaka o fenomenu transrodnosti, Internet primarni izvor informacija o transrodnosti. Odabrani videozapisi analizirani su s obzirom na temu, svrhu, publiku kojoj su namijenjeni, korisnost koju imaju za gledatelje, pogodnost za edukaciju te je procjenjivan način na koji autor videa iznosi informacije i kakve emocije video izaziva u gledatelju. Rezultati analize sadržaja sedamnaest popularnih monologa govore nam o relativno širokom spektru tema koje su u njima pokriveno. Autori govore o svom otkrivanju drugima da su transrodni, o svojim privatnim problemima i neprihvatanju na koje neki nailaze, problemima na poslu, ljubavnom životu, govore o važnosti roditeljskog prihvatanja transrodne djece, o procesu tranzicije, načinima na koji se može postići feminizirani glas i slično. Dakle, osoba koja na YouTubeu traži informacije o transrodnosti može naići na zaista različite teme i saznati puno o onome kroz što su druge transrodne osobe prošle, kroz što i dalje prolaze te što znaju o prilagodbi na život u suprotnom spolu. U ovom smo radu analizirali i kakva je kvaliteta prezentiranih informacija te mogu li ti videozapisi ponuditi vjerodostojnu priču o transrodnosti.

Svaki video postavljen na YouTube ima svoju svrhu. Rezultati naše analize sadržaja videa ukazuju na to da je najčešća svrha popularnih videa podijeliti svoju osobnu priču s gledateljima. Osobna priča među glavnim je svrhama u 59% videa. Ponekad se uz tu veže još jedna svrha – žaliti se i/ili „istresti“ brige. Smatramo da se u podlozi ovoga zapravo nalazi autorova želja za dobivanjem podrške od drugih jer su, kao transrodne osobe, u lokalnim zajednicama najvjerojatnije marginalizirani i ne mogu pronaći potrebnu podršku. Neki od autora u svojim se videima zahvaljuju na potpori koju dobivaju, najčešće u obliku zahvale na komentare i gledanost ranije objavljenih videozapisa. Ovakvo izražavanje zahvalnosti vrlo je često među *trans* blogerima na YouTubeu (Raun, 2012). Društvene veze i podrška imaju blagotvoran učinak na psihičko zdravlje osobe i povezane su s povoljnim ishodima kad radi o reakcijama na stres te anksioznim i depresivnim simptomima (Kawachi i Berkman, 2001). Kako su

trans osobe stigmatizirane i izložene diskriminaciji, često odbačene i od vlastite obitelji, doživljavaju visoke razine psihičke nelagode te su sklone anksioznosti, depresiji i somatizacijama (Bockting i sur., 2013), iznimno je važno da negdje pronađu socijalnu podršku. YouTube se pokazao kao mjesto gdje je takva podrška dostupna, mjesto gdje mogu čuti tuđe osobne priče i dobiti savjete od drugih osoba. Prema O'Neillu (2014), čitava *trans* zajednica na YouTubeu stvorena je kako bi se, bez osuda i s mnogo empatije, komuniciralo o problemima i teškoćama na koje transrodne osobe nailaze te tako došlo do boljeg razumijevanja i sebe i drugih. Podrška ljudi koji prolaze kroz iste ili slične probleme ključna je u suočavanju sa psihičkim poremećajima i takva podrška uključuje potencijalne uzore ljudima koji se suočavaju s nekim psihičkim poremećajem, pružanje nade u bolju budućnost te suzbijanje stigme i stereotipa (Davidson i sur., 1999; prema Foster, 2013). Dakle, osim što primaju podršku, autori videa svjesni su koliko drugim *trans* osobama treba podrška, pa je isto tako i pružaju. Wienerman (2005; prema Foster, 2013) navodi da osobe koje sudjeluju u grupama podrške osjećaju podjednako zadovoljstva iz dobivanja podrške kao i iz pružanja podrške. Osim kombinacije spomenutih dviju svrha (podijeliti svoju osobnu priču i žaliti se/“istresti“ brige), neki autori videa, uz ili kroz tu priču gledateljima (najčešće drugim *trans* osobama) daju savjete ili ih educiraju. Svi videozapisi stvoreni s namjerom da ispričaju priču i daju savjete ili educiraju publiku procijenjeni su korisnima za transrodne osobe, a osobe u njima dobro prilagođene. Dakle, rezultati ovog istraživanje pokazuju da *trans* osobe na YouTubeu istovremeno mogu pronaći i potrebne informacije i podršku drugih transrodnih osoba koje se dobro nose sa svojom transrodnošću.

Od sedamnaest videa, samo tri imaju svrhu privlačenja pažnje. Prema Raunu (2012), neki od transrodnih blogera YouTube koriste za samopromociju, ponekad pokušavajući privući pažnju kako bi svoj glas u nastojanju podizanja svijesti o transrodnosti mogli prenijeti do što šire publike, no privlačenje pažnje često je u svrsi prikupljanja novca za medicinsku tranziciju (operacije i hormone) te traženja prilike za karijeru. Problem s ovakvom svrhom videa može biti u tome što njihovi autori žele pažnju bez obzira na to kakav će dojam ostaviti kod gledatelja – glavni cilj je što veća gledanost, pa postoji opasnost od toga da prenose nekvalitetne informacije o transrodnosti i stvaraju negativan stav kod gledatelja. Jedan od tri takva videa u našem uzorku ima više od dva milijuna pogleda, što je daleko najveća gledanost među

odabranim videima, a izazvao je vrlo podijeljene emocionalne reakcije kod procjenjivača. Iako je autor procijenjen autentičnim, a informacije koje prenosi vjerodostojnima, procjene ukazuju na to da autor uopće ne koristi stručnu terminologiju, koristan je samo drugim *trans* osobama te nije niti pogodan niti nepogodan za edukaciju. Preostala dva videa sa svrhom privlačenja pažnje imaju manju gledanost (37 372 i 114 298 pogleda), ali izazvala su neugodne emocije kod procjenjivača, autori ne ostavljaju dojam dobro prilagođenih osoba koje se dobro nose sa svojom transrodnošću i imaju najniže centralne vrijednosti procjena u svim kategorijama; nisu korisni ni za transrodne osobe, nisu pogodni za edukaciju, autori uopće ne izazivaju empatiju, a informacije koje prenose procijenjene su niti vjerodostojnima niti nevjerodostojnima. Dakle, radi se o dva videa potencijalno štetna za *trans* osobe. Javlja se pitanje koliko takvih *trans* monologa ima na YouTubeu, kakva je njihova kvaliteta te koliko zaista takvi videozapisi uspijevaju privući pažnju, što ne bi bilo na odmet provjeriti nekim novim istraživanjem.

Osim ovih, postoje i videozapisi čija je svrha educirati i/ili dati savjete gledateljima bez pričanja svoje osobne priče. Ovakvi su videozapisi također procijenjeni korisnima i veoma korisnima za transrodne osobe. Ukupno, bez obzira na kombinaciju svrha, gotovo polovina (47%) analiziranih videa ima svrhu educirati, prvenstveno *trans* osobe i nestručnjake, jer su samo su dva videa procijenjena korisnima za stručnjake. Razlog tome mogao bi biti i u načinu na koji procjenjivači doživljavaju stručnjake – kao osobe s puno znanja, u stalnom kontaktu s transrodnim osobama pa je mala mogućnost da će neki video donijeti informacije kojima oni već ne raspolažu. Iako smatramo da bi stručnjaci doista trebali imati određenu razinu znanja o čitavom fenomenu transrodnosti, ispitivanje znanja hrvatskih liječnika i psihologa prema transpolnim osobama ukazuje na relativno nisku razinu znanja o transpolnosti koja proizlazi iz nedostatka formalne edukacije o transpolnosti te nedostatka iskustva u radu s transpolnim osobama (Jurman, 2014), a transrodne osobe susreću se s nedostatkom znanja i diskriminacijom od strane stručnjaka i drugdje u svijetu (Shires i Jaffee, 2015). Tako bi stručnjacima zapravo potencijalno moglo biti korisno mnogo više videozapisa nego što ih je procijenjeno takvima.

Rezultati pokazuju da većina transrodnih osoba iz analiziranih videozapisa (14 od 17, odnosno 78%) ostavlja dojam dobro prilagođenih osoba koje se uglavnom dobro

nose sa svojom transrodnosti. Ovo je vrlo važan nalaz s obzirom na transfobiju (osjećaj odbojnosti i diskriminirajuće ponašanje prema *trans* osobama (Nagoshi i sur., 2008, prema Kooy, 2010)) i rašireno vjerovanje u općoj populaciji, ali i među stručnjacima (Jokić–Begić, 2008) kako je transrodnost psihički poremećaj. Gledanje ovakvih videa moglo bi pridonijeti stvaranju pozitivnijih stavova prema transrodnim osobama. U interpersonalnom kontaktu s *trans* govornicima, gdje slušatelji dobivaju intimno znanje o njima, dolazi do značajnog smanjenja stigme *trans* osoba (Walch i sur. 2012; prema Dame, 2013). Prema hipotezi parasocijalnog kontakta, kontakt s *trans* osobama kroz njihova videa mogao bi imati sličan učinak. Gledatelji kroz masovne medije mogu doživjeti kontakt nalik interpersonalnoj interakciji „licem u lice“ i iz takvog, parasocijalnog kontakta mogu proizaći sve korisne funkcije (kao što je smanjenje predrasuda prema manjinskim skupinama) koje ima i stvarni međugrupni kontakt (Schiappa, Gregg i Hewes, 2005). Istraživanje koje je provela Kooy (2010) pokazalo je da je izloženost različitim izvorima informacija o transrodnosti u medijima povezana sa smanjenim razinama transfobije. Dakle, pozitivan dojam koji transrodne osobe ostavljaju u svojim YouTube monolozima mogao bi se iskoristiti za podizanje svijesti o *trans* osobama te smanjenje transfobije u populaciji.

Procjene odabranih monologa ukazuju na to da se transrodne osobe u našem uzorku videa koriste nestručnim jezikom i terminologijom, ali se informacije koje iznose procjenjuju vjerodostojnima, a oni autentičnima. Iako iskustvo koje su stekli kroz tranziciju autore analiziranih monologa čini vjerodostojnim izvorom informacija, iz samo jednog videa svakog autora zapravo ne možemo procijeniti koliko su se kvalitetno oni educirali o transrodnosti i koliko je njihovo znanje široko. Foster (2013) govori o tome kako korisnici Interneta ponekada nisu svjesni da se informacije od osoba s određenim zdravstvenim problemom na stranicama kao što je YouTube predstavljaju jednako vrijednima kao i informacije koje dolaze od stručnjaka. Smatramo da čuti tuđe iskustvo može biti od velike pomoći, no sve bi se dobivene informacije svakako trebale dopunjavati korištenjem stručne literature i savjetovanjem s adekvatno obrazovanim stručnjacima, pogotovo kada se radi o hormonalnoj terapiji.

Osam je monologa procijenjeno pogodnima ili vrlo pogodnima za edukaciju o transrodnosti, prvenstveno drugih transrodnih osoba, ali i opće populacije. Kada se radi o edukaciji opće populacije, možemo posebno izdvojiti jedan od videa s osobnom

pričom o dugoročnom procesu tranzicije – od prvih indikacija da bi osoba mogla biti transrodna (video pod rednim brojem 12). Budući da autor videa ostavlja dojam dobro prilagođene osobe koja se dobro nosi sa svojim stanjem te izaziva empatiju, a video pobuđuje i ugodne i neugodne emocije, možemo zaključiti da se radi o videu koji zaista dopire do gledatelja te pruža korisne i vjerodostojne informacije koje mogu doprinijeti boljem razumijevanju transrodnih osoba. Videozapisi ovog tipa mogli bi fenomen transrodnosti približiti široj publici, senzibilizirati društvo i tako dovesti do boljeg prihvaćanja transrodnih osoba. Među ovim edukativnim videima, nalazi se video (redni broj 5) s čijim je autorom lako empatizirati, a govori o važnoj ulozi roditeljskog prihvaćanja *trans* djece. Ovaj je video veoma koristan za roditelje transrodnih osoba, a time posljedično i za same *trans* osobe. Preostalih šest videozapisa (pod rednim brojem 2, 4, 6, 7, 9 i 17) pogodno je za edukaciju *trans* osoba, a to su videozapisi koji nude detaljne informacije o svakoj fazi u tranziciji spola, objašnjavaju načine postizanja feminiziranog glasa, opisuju iskustvo spolnog odnosa nakon operacije promjene spola, opisuju učinke hormonalne terapije (pri čemu naglašavaju važnost konzultacije s liječnikom) te jedan videozapis osobe koja se dobro nosi sa svojom transrodnošću i gledateljima daje savjete kako se nositi s transrodnošću – teme i pričeiskusnih transrodnih osoba koje nude korisne informacije i odgovore na pitanja važna za transrode osobe u bilo kojoj fazi tranzicije.

Čak je petnaest od sedamnaest (88%) videozapisa iz uzorka procijenjeno korisnima. Iako su neki od njih procijenjeni korisnima za stručnjake i za ostale gledatelje, daleko ih nadmašuje broj videa korisnih transrodnim osobama. Možemo zaključiti da popularnima postaju videa koja gledatelju, prvenstveno *trans* osobi, mogu ponuditi korisne informacije, za razliku od videa s irelevantnim informacijama. U našem uzorku, jedina dva popularna videa s irelevantnim informacijama načinjena su sa svrhom privlačenja pažnje, što im je i uspjelo, sudeći prema broj pogleda koje imaju. S druge strane, svaki pronađeni video samo je jedan u nizu videozapisa koje autor ima na svom kanalu. Tako postoji mogućnost da su autori videa iz uzorka popularnost i velik broj pretplatnika koji ih redovito prate stekli nekim ranijem objavljenim videima, a ne ovima koje smo analizirali, pa su tako autori dva videa koja gledateljima ne donose korisne informacije u nekim drugim videima možda ipak dijelili ono što bismo

procijenili važnim. U svakom slučaju, vidljiva je tendencija da mnogo pogleda, dakle veću popularnost, imaju videozapisi koji su gledateljima korisni.

Gledanje različitih monologa u procjenjivačima je izazvalo različite emocije. Tako vidimo da su neka videa kod nekih procjenjivača izazvala neugodne emocije, kod nekih pozitivne, kod nekih i jedne i druge, dok kod nekih nisu izazvala emocije. Zanimljivo je da su emocije izazvane nekim videozapisima bile toliko različite, pa čak i suprotne. Iz ovoga možemo zaključiti da emocionalne reakcije više ovise o gledatelju nego o videu; o tome kakvo je početno raspoloženje gledatelja, koliko se autor videa svidio gledatelju, možda i o različitim prioritetima vrijednosti koje gledatelji imaju pa, s obzirom na to, emocionalno reagiraju na različite stvari o kojima autor videa govori. Ipak, dva su videa kod gotovo svih procjenjivača izazvala neugodne emocije. To su dva videa u kojima autori vode monolog o vrlo negativnom događaju i diskriminaciji koju su doživjeli – teme koje i u drugim situacijama kod većine ljudi izazivaju neugodne emocije. Zanimljiv je i podatak da je samo pet autora videa kod procjenjivača izazvalo empatiju iako su gotovo svi autori procijenjeni autentičnima i vrlo autentičnima. Smatramo da bi empatija koju su doživjeli procjenjivači mogla biti povezana s emocijama koje autori videa izražavaju u svojim monolozima te s emocijama koje su autori izazvali u procjenjivačima. Visoke procjene autentičnosti autora videa mogu nas navesti na pogrešan zaključak. Premda su samo dva autora dobila procjenu manju od „4“, odnosno da „niti jesu niti nisu autentični“, tijekom grupne diskusije postalo je očito da se ta procjena autentičnosti odnosila prvenstveno na pitanje je li autentična priča autora kao transrodne osobe, a ne koliko je autor autentičan u svojim emocionalnim reakcijama i koliko se izražene emocije poklapaju s temom i sadržajem monologa. Dakle, moguće je da procjenjivači nisu empatizirali s većinom autora jer autori zapravo nisu bili autentični u svojim emocionalnim ekspresijama ili pak tijekom monologa nisu jasno izražavali emocije. To je svakako metodološka zamjerka o kojoj je potrebno voditi računa u budućim istraživanjima.

U ovom istraživanju korištena je kvalitativna metodologija kojom smo dubinski istražili tek mali broj YouTube monologa transrodnih osoba pa nam rezultati ne omogućavaju generalizaciju, no daju uvid u sadržaje koji se na YouTubeu mogu pronaći prilikom traženja informacija o transrodnosti.

Za procjenjivače su odabrani samo studenti psihologije, čije prethodno znanje o fenomenu transrodnosti te stavovi prema transrodnim osobama nisu provjeravani. Tijekom grupne diskusije, pokazalo se da je prije početka procjenjivanja trebalo organizirati kratki trening za procjenjivače gdje bi ih se educiralo o transrodnosti, ali i stavovima i znanju stručnjaka i opće populacije o transrodnim osobama jer su procjenjivači imali poteškoća u procjenjivanju koliko je neki video koristan stručnjacima, a koliko ostalim gledateljima. K tome, procjenjivačima je bilo teško iz samo jednog videa procijeniti kako se osoba nosi sa svojom transrodnošću, pogotovo ako tijekom monologa nije iznijela nikakve intimnije informacije. S druge strane, ovaj nedostatak znanja procjenjivača o fenomenu transrodnosti možemo promatrati i kao prednost jer informacije na Internetu prvenstveno traže ljudi koji žele nešto naučiti.

Kako su odabranih sedam procjenjivača pripadnici, u ovom kontekstu, jedne relativno homogene skupine (studenti psihologije) koji su istraživanju pristupili motivirani vanjskom nagradom (u obliku eksperimentalnih sati) koje je samo jedan autor videa zainteresirao za daljnje gledanje ostalih videozapisa na svom kanalu, smatramo da u budućim istraživanjima kao procjenjivače trebalo uključiti i transrodne osobe, čija bi motivacija zasigurno bila drugačija, te stručnjake i pripadnike opće populacije.

Ovo je istraživanje važan prvi korak u istraživanju sadržaja ovakve popularne vrste videa. No, iako nam nude najširi spektar tema te se mogu podijeliti u različite potkategorije koje smo uspjeli obuhvatiti, monolozi transrodnih osoba samo su jedan oblik popularnih videa. Svakako bi valjalo istražiti i sadržaj intervjua s transrodnim osobama te tranzicijskih videozapisa – još jednog iznimno popularnog oblika videa čija je gledanost također vrlo velika. YouTube *trans* zajednica i dalje raste, a korisnici se sve više povezuju i razmjenjuju znanja i iskustva, ne samo u svojim videima, već i u komentarima na videa. Dakle, postoji potreba za proširivanjem ovog istraživanja te provedbom novih istraživanja na temu YouTubea, ali i potreba za uključivanjem stručnjaka u ovakve online zajednice kako bi se osobama koje traže informacije na YouTubeu osigurao pronalazak kvalitetnih i provjerenih informacija.

Etička razmatranja

Moglo bi se reći da smo ovim istraživanjem ušli u „*sivu zonu*“ etike. Postavlja se pitanje u kojoj je mjeri etično analizirati YouTube monologe ovih transrodnih osoba te objaviti rezultate bez njihovog znanja i pristanka. McKee i Porter (2009) ističu kako je jedno od vrlo važnih i složenih pitanja za istraživače na Internetu, pitanje je li u centru njihova istraživanja osoba ili objavljeni materijal. Istraživač može na YouTube gledati kao na *mjesto* ili kao na *prostor*. Ako se YouTube doživljava kao *mjesto*, to znači da odnos prema toj platformi treba biti kao odnos prema zajednici i kulturi te da je predmet istraživanja osoba. A ako ga se doživljava kao *prostor*, onda je YouTube samo medij na kojem se može pronaći materijal (koji je ekvivalent pisanom tekstu) koji je objavio neki autor, a predmet istraživanja je upravo taj materijal, za koji nema etičkih prepreka da se širi dalje (McKee i Porter, 2009). Smatramo da se naše istraživanje većim dijelom bavi objavljenim materijalom, budući da su analizirane karakteristike videa (kao npr. broj pogleda) i sam sadržaj onoga što osoba govori – koja je tema, koliko je koristan i sl. Međutim, s nekim smo pitanjima ušli u područje istraživanja u čijem je centru osoba. Zanimalo nas je kakav dojam ostavlja osoba iz videa – koliko je autentična, izaziva li empatiju te je li prilagođena. Prema Raunu (2012), sadržaje na YouTubeu ne možemo podijeliti ovako binarno, s dvije jasno određene i razgraničene točke. Umjesto toga, Raun (2012) kaže kako je ova platforma i ono za što se ona koristi jedan kontinuum između te dvije točke: na YouTubeu postoje i osobe i autori koji su u isto vrijeme dio međuljudskih interakcija i komunikacije te kreatori sadržaja koje dijele. Iz ovoga proizlazi da u istraživanjima na YouTubeu nije moguće izbjeći barem jednim dijelom baviti se osobom. Stoga, možemo zaključiti kako bi etički bilo tražiti pristanak. Mi osobni pristanak nismo tražili, jer smo, vodeći se činjenicom kako je YouTube javan i dostupan svima te se svakim videom koji korisnik postavi na ovu platformu izlaže svim drugim korisnicima koje YouTube ima preko milijardu, smatrali da pristanak već imamo. Odlučili smo kao pristanak uzeti samu odluku osobe da svoj monolog postavi na ovu stranicu. Smatramo da ovim istraživanjem nismo ugrozili anonimnost nijedne osobe, budući da ni u kojem trenutku njihov identitet nije otkriven; nisu korištena njihova imena niti pseudonimi. Iznimno, na zahtjev, naslovi i poveznice koje vode do videozapisa mogu se dobiti od autora istraživanja. Smatramo da su ovim putem osobe ostale zaštićene ta da ih nije moguće razotkriti.

ZAKLJUČAK

Analiza popularnih video-monologa transrodnih osoba dala nam je uvid u još slabo istražene videozapise postojeće rastuće *trans* zajednice na YouTubeu. Rezultati pokazuju da je gledanost velika za različite teme o kojima transrodne osobe govore – od veoma intimnih osobnih doživljaja do „uradi sam“ objašnjenja u kojima osoba ne otkriva ništa o sebi. Prema procjenama, najčešća svrha postavljanja videa na YouTube jest podijeliti svoju osobnu priču koju pronalazimo u deset od sedamnaest videa. Slijedi je svrha educiranja gledatelja (8 videa) i davanja savjeta (6 videa). Osim ovih, nalazimo i videa čije je svrha žaliti se i/ili „istresti“ brige te videa sa svrhom privlačenja pažnje. Kada se radi o svrsi privlačenja pažnje, valja biti oprezan – dva videa s ovom svrhom, usprkos velikoj gledanosti imaju niske procjene u svim kategorijama, što nam govori o niskoj kvaliteti informacija koje prenose. Ovaj nalaz ukazuje na opasnosti koje neki videozapisi donose i na potencijalnu štetu koju mogu nanijeti *trans* osobama te stati na put stvaranja pozitivnog stava i skidanja stigme s *trans* osoba. Svi ostali videozapisi (88%) procijenjeni su korisnima, dakle, iako možemo pronaći videa s irelevantnim informacijama, možemo zaključiti da popularnima većinom ipak postaju monolozi koji gledateljima donose korisne informacije. Neki od izdvojenih videozapisa procijenjeni su pogodnima za edukaciju transrodnih osoba i opće populacije. S obzirom na to da većina autora procjenjivanih videa ostavlja dojam dobro prilagođenih osoba koje se dobro nose sa svojom transrodnošću, pronađeni se videozapisi mogu koristiti u svrhu senzibiliziranja javnosti i podizanja svijesti o transrodnosti, što je važan korak na putu prema ostvarivanju prava ove marginalizirane rodne manjine. Premda se YouTube u provedenom istraživanju pokazao kao dobar izvor podrške i informacija o transrodnosti, preporučamo dodatno provjeravanje pronađenih informacija i konzultiranje s adekvatno obrazovanim stručnim osobama. Vjerujemo da će naše istraživanje potaknuti nova istraživanja na YouTubeu te da će psiholozi i drugi stručnjaci prepoznati važnost ovakvih Internet-platforni na kojima se dijele videa kako bi se razmjenjivala znanja i iskustva, da će prepoznati važnost uključivanja u život tih platformi te biti spremni svoja znanja i stručnost ponuditi na ovakvim mjestima.

LITERATURA

- Alexander, J. i Losh, E. (2010). A YouTube of One's Own? „Coming Out“ Videos as Rhetorical Action. U C. Pullen i M. Cooper (Ur). *LGBT identity and online new media* (str. 37–50). New York: Routledge.
- American Psychiatric Association (APA) (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (4th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association.
- American Psychiatric Association (APA) (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association.
- Bakker, J. (2014). Sex Differentiation: Organizing effects of Sex Hormones. U: A.L.C. de Vries, B.P.C. Kreukels i T.D. Steensma (Ur.). *Gender Dysphoria and Disorders of Sex Development, Progress in Care and Knowledge* (str. 3–25). New York: Springer.
- Banaji, M.R. (2010). Wikipedia is the Encyclopedia that Anybody Can Edit. But Have You? *Observer*, 23(10)
<http://www.psychologicalscience.org/index.php/publications/observer/2010/december-10/wikipedia-is-the-encyclopedia-that-anybody-can-edit-but-have-you.html>
- Begić, D. (2013). Transseksualnost kao interdisciplinarni entitet. U: N. Jokić–Begić i D. Begić (Ur). *Suvremeni pristup transseksualnosti* (str. 1–11). Zagreb: Medicinska naklada.
- Bockting, W.O., Miner, M.H., Swinburne Romine, R.E., Hamilton, A. i Coleman, E. (2013). Stigma, mental health, and resilience among an online sample of the U.S. transgender population. *American Journal of Public Health*, 103(5), 943–951.
- Cheng, X., Dale, C. i Liu J. (2007). Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study. arXiv: 0707.3670v1 [cs.NI], Cornell University, arXiv e-prints
- Cohen–Kettenis, P.T. i Gooren, L.J.G., (1999). Transsexualism: a Review of Etiology, Diagnosis and Treatment. *Journal of Psychosomatic Research*, 46, 315–333.
- Cooper, T. i Roth, I. (2002). *Challenging psychological issues*. Milton Keynes: The Open University.
- Dame, A.P. (2013). „I'm your hero? Like me?“: The role of 'expert' in the trans male vlog. *Journal of Language and Sexuality*, 2(1), 40–69.
- Davison, G. C. i Neale, J. M. (2002). *Psihologija abnormalnog doživljavanja i ponašanja*. Jastrebarsko, Naklada Slap.

- De Cuypere, G. i Gijs, L. (2014). Care for Adults with Gender Dysphoria. U: A.L.C. de Vries, B.P.C. Kreukels i T.D. Steensma (Ur.). *Gender Dysphoria and Disorders of Sex Development, Progress in Care and Knowledge* (str. 231–255). New York: Springer.
- Drescher, J. (2014). Gender Identity Diagnoses: History and Controversions. U: A.L.C. de Vries, B.P.C. Kreukels i T.D. Steensma (Ur.). *Gender Dysphoria and Disorders of Sex Development, Progress in Care and Knowledge* (str. 231–255). New York: Springer.
- European Union Agency for Fundamental Rights. (2014). *Being Trans in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Foster, C.B. (2013). *Mental Health On Youtube: Exploring the Potential of Interactive Media to Change Knowledge, Attitudes and Behaviors About Mental Health*. Columbia, SC: University of South Carolina.
- Fox, S. i Rainie, L. (2000). *The online health care revolution: How the Web helps Americans take better care of themselves*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project. http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2000/PIP_Health_Report.pdf
- Fox, S. i Rainie, L. (2002). *Vital Decisions: How Internet users decide what information to trust when they or their loved ones are sick*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project. http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2002/PIP_Vital_Decisions_May2002.pdf
- Gowen, L.K. (2013). Online mental health information seeking in young adults with mental health challenges. *Journal of Technology in Human Services*, 31(2), 97–111
- Jokić–Begić, N. (2008). Psihosocijalne karakteristike transseksualnih osoba u Hrvatskoj. *Socijalna Psihijatrija*, 36(3), 116–124.
- Jokić–Begić, N. (2013). Biopsihosocijalni model transseksualnosti. U: N. Jokić–Begić i D. Begić (Ur). *Suvremeni pristup transseksualnosti* (str. 11–21) Zagreb: Medicinska naklada.
- Jokić–Begić, N., Babić Čikeš, A., Jurin, T., Lučev, E., Markanović, D., Ručević, S. (2008). Transseksualnost: Život u krivom tijelu? *Liječ Vjesn*, 130, 237–247.
- Jokić–Begić, N., Lauri Korajlija, A. i Jurin, T. (2014). Psychosocial Adjustment to Sex Reassignment Surgery: A Qualitative Examination and Personal Experiences of Six Transsexual Persons in Croatia. *The Scientific World Journal*, 2014, 1–12.

- Jurman, J. (2014). *Znanje i stavovi liječnika i psihologa prema transseksualnim osobama*. Neobjavljeni diplomski rad. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.
- Kawachi, I., Berkman, L.F. (2001). Social ties and mental health. *Journal of Urban Health*, 78(3), 458–467.
- Kooy, R.E. (2010). *Knowledge and attitudes toward trans persons*. Arcata, CA: Humboldt State University.
- McKee, H.A. i Porter, J.E. (2009). *The Ethics of Internet Research: A Rhetorical, Case-based Process*. New York: Peter Lang.
- Olyslager, F. i Conway, L. (2008). On the Calculation of the Prevalence of Transsexualism. *International Journal of Transgenderism*, 10, 173–219.
- O'Neill, M.G. (2014). Transgender Youth and YouTube Videos: Self-Representation and Five Identifiable Trans Youth Narratives. U: C. Pullen (Ur). *Queer Youth and Media Cultures* (str. 34–45). Basingstoke, GB: Palgrave Macmillan.
- Percheski, C. i Hargittai, E. (2011). Health Information-Seeking in the Digital Age. *Journal of American College Health*, 59(5), 379–386.
- Powell, J. i Clarke, A. (2006). Internet information-seeking in mental health: Population survey. *British Journal of Psychiatry*, 189, 273–277.
- Raun, T. (2010). Screen-births: Exploring the transformative potential in trans video blogs on YouTube. *Graduate Journal of Social Science*, 7(2), 113–130.
- Raun, T. (2012). *Out Online: Trans Self-Representation and Community Building on YouTube*. Doctoral Dissertation. Roskilde: Roskilde University.
- Schiappa, E., Gregg, P.B. i Hewes, D. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1), 92–115.
- Shires, D.A. i Jaffee, K. (2015). Factors Associated with Health Care Discrimination Experiences among a National Sample of Female-to-Male Transgender Individuals. *Health and Social Work* 40(2), 134–141. doi: 10.1093/hsw/hlv025
- Statistika. (10.4.2015). U *YouTube*. Preuzeto s <https://www.youtube.com/yt/press/hr/statistics.html>
- Swaab, D.F. (2007). Sexual differentiation of the brain and behavior. *Best Practice and research. Clinical Endocrinology and Metabolism*, 21(3), 431–444.
- Wilson, T.D. (2000). Human Information Behavior. *Informing Science*, 3(2), 49–55.
- World Professional Association for Transgender Health (WPATH). (2012). *Standards of Care for the Health of Transsexual, Transgender, and Gender-Nonconforming People*. <http://www.wpath.org>

Zhou, J., Hoffman, M., Gooren L. i Swaab, D. (1995). A sex difference in the human brain and its relation to transsexuality. *Nature*, 378, 68–70.

PRILOZI

Prilog 1. Protokol s pitanjima za procjenu YouTube monologa o transrodnosti

redni broj videa: _____

link: _____

1. Koja je osnovna tema ovog videa – napišite u jednoj rečenici!

2. Što sve može biti svrha ovog videa (moguće više odgovora)?

- a) Educirati – koga? _____
- b) Dati savjete – kome? _____
- c) Žaliti se/“istresti“ brige
- d) Podijeliti svoju osobnu priču
- e) Privući pažnju
- f) Nešto drugo – što? _____

3. Kome se autor videa obraća?

- a) drugim transrodnim osobama na YouTubeu
- b) svima na YouTubeu
- c) nešto treće – što? _____

4. Kako procjenjujete da se autor videa nosi sa svojom transrodnošću?

5. Ostavlja li autor videa dojam dobro prilagođene osobe? DA NE

6. Ovaj video u vama izaziva:

- a) ugodne emocije
- b) neugodne emocije
- c) i ugodne i neugodne emocije
- d) neutralan je/ne izaziva emocije

7. Koliko procjenjujete da je ovaj video koristan:
- a. transrodnim gledateljima
uopće nije koristan 1 2 3 4 5 veoma koristan

 - b. stručnjacima
uopće nije koristan 1 2 3 4 5 veoma koristan

 - c. ostalim gledateljima
uopće nije koristan 1 2 3 4 5 veoma koristan
8. Koliko stručnim procjenjujete jezik/terminologiju kojom se osoba koristi?
uopće nije stručan 1 2 3 4 5 veoma stručan
9. Koliko vjerodostojnima procjenjujete informacije koje je osoba u videu iznijela?
uopće nisu vjerodostojne 1 2 3 4 5 veoma vjerodostojne
10. Koliko autentičnom procjenjujete osobu iz videa?
uopće nije autentična 1 2 3 4 5 veoma je autentična
11. Koliko osoba iz videa kod vas izaziva empatiju?
uopće ne izaziva empatiju 1 2 3 4 5 veoma izaziva empatiju
12. Koliko vas je osoba iz videa zainteresirala da pogledate ostala videa na njenom kanalu?
uopće me nije zainteresirala 1 2 3 4 5 veoma me zainteresirala
13. Procijenite koliko je ovaj video dobar za edukaciju o transrodnosti!
uopće nije dobar 1 2 3 4 5 veoma je dobar

Prilog 2. Koeficijent intraklasne korelacije (ICC) za tri pitanja s ponuđenim odgovorima te za svako pitanje za procjenu na skali od 1 do 5

pitanje	ICC	p
Kome se autor videa obraća?	.907	.001**
Ostavlja li autor videa dojam dobro prilagođene osobe?	.934	.001**
Ovaj video u vama izaziva (kakve emocije):	.600	.003**
Koliko procjenjujete da je ovaj video koristan transrodnim gledateljima?	.924	.001**
Koliko procjenjujete da je ovaj video koristan stručnjacima?	.832	.001**
Koliko procjenjujete da je ovaj video koristan ostalim gledateljima	.800	.001**
Koliko osoba iz videa kod vas izaziva empatiju?	.812	.001**
Koliko stručnim procjenjujete jezik/terminologiju kojom se osoba koristi?	.886	.001**
Koliko vjerodostojnima procjenjujete informacije koje je osoba u videu iznijela?	.815	.001**
Koliko autentičnom procjenjujete osobu iz videa?	.837	.001**
Koliko vas je osoba iz videa zainteresirala da pogledate ostala videa na njenom kanalu?	.632	.001**
Procijenite koliko je ovaj video dobar za edukaciju o transrodnosti!	.907	.001**

** koeficijent je statistički značajan na razini $p < .01$