

# SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJA TIJELA MEĐU MLADIMA U SPLITU

---

**Baras, Lea**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:172:048027>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-31**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of humanities and social sciences](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
FILOZOFSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJA TIJELA MEĐU  
MLADIMA U SPLITU**

**LEA BARAS**

**Split, 2024.**

**ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU  
PRIJEDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ SOCIOLOGIJA**

**ZAVRŠNI RAD**

**SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJA TIJELA MEĐU  
MLADIMA U SPLITU**

**Mentorica: izv.prof.dr.sc. Marija Lončar**

**Studentica: Lea Baras**

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Definiranje percepcije tijela.....	3
2.1. Sociološke teorije o percepciji tijela.....	5
2.2. Značaj društvenih i grupnih utjecaja na percepciju tijela.....	7
3. Dosadašnja istraživanja o percepciji tijela.....	10
4. Metodološki i empirijski aspekti istraživanja.....	17
4.1 Istraživački dizajn.....	17
4.2 Prikaz istraživačkih rezultata.....	18
4.2.1. Strukturalna obilježja.....	18
4.2.2. Važnost tjelesnog izgleda.....	19
4.2.3. Zadovoljstvo tjelesnim izgledom.....	20
4.2.4. Aktivnosti za promjenu tjelesnog izgleda.....	21
4.2.5. Utjecaji na tjelesni izgled.....	23
5. Rasprava i zaključak.....	27
6. Literatura.....	28
7. Metodološka arhiva.....	30
7.1. Upitnik.....	30
7.2. Tablični i grafički prikazi empirijskih rezultata.....	32
Sažetak.....	44
Summary.....	45
Bilješka o autorici.....	46

## 1. Uvod

Kada bi suvremeno doba trebali opisati jednom riječju, to bi bila brzina. Brzina tehnologije, brzina protoka informacija, brzina mijenjajućih trendova... gdje je najvažnija prva reakcija koja se stvara kod populacije u vezi bilo koje tematike. Promišljajući tako o prezentiranju sebe u bilo kojem obliku, bilo u društvenim interakcijama ili na tržištu rada, važan je taj prvi dojam. Prvi dojam o osobi stvara se u samo nekoliko sekunda nakon uspostavljanja interakcije s tom osobom. Iz tog razloga, kao i mnogih drugih, važno je kako se osoba prezentira. Način na koji osoba izgleda, kako je odjevena, kako se ponaša, daje tu prvu informaciju drugoj osobi. Tijelo u toj komunikaciji igra ključnu ulogu zbog sklonosti davanja karakternih osobina na osnovu izgleda. Ukoliko upoznajemo osobu koja je po društvenom standardu dobro odjevena, ima standardni oblik tijela i ponaša se onako kako je očekivano okruženjem, stvorit će se dojam da se radi o osobi s kojom bi željeli nastaviti komunikaciju na bilo kojoj razini upoznavanja (bilo da se radi o privatnom ili poslovnom okruženju). S druge strane, ukoliko se upoznajemo s osobom koja u nekom obliku svojim načinom odijevanja izlazi iz standardiziranih društvenih okvira, ima povećanu tjelesnu masu i možda glasnija u svom izražavanju nego što je očekivano, neće ostaviti dobar prvi dojam.

S obzirom da je tijelo toliko važno i može nam zatvoriti ili otvoriti vrata za životne mogućnosti, ogroman je pritisak da ono izgleda „kako bi trebalo“. Taj pritisak svaki pojedinac osjeća na individualnoj razini ovisno kako on doživljava vlastito tijelo. Ta percepcija može biti pozitivna ili negativna i imati iste takve posljedice. Autori Al Sulaimi, Hutaglung i Bin Syed Ali (2022), ističu važnost fizičke aktivnosti na zadovoljstvo pojedinca vlastitim tijelom. Sukladno tomu, pozitivna percepcija tijela rezultira pojedincem koji je zadovoljan u svom tijelu, ima visoko samopouzdanje. Takva osoba će se, kako bi zadržala taj pozitivan osjećaj, upuštati u fizičke aktivnosti i voditi zdrav način života. S druge strane, osoba koja negativno percipira svoje tijelo, odnosno s njim nije zadovoljna, ima manje samopouzdanja i uzročno tomu i manje životne energije za bavljenje fizičkom aktivnošću ili potrebom za društvenim interakcijama. Takva osoba, suprotno spomenutoj, u većem je riziku za razvijanjem fizičkih i psihičkih poteškoća. Autori Negau i Rainer (2015) opisuju percepciju tijela kao dinamičnu. Na nju utječu razni faktori, kako unutarnji, tako i vanjski. Vanjski utjecaji mogu se podijeliti na više razina, kao što su društveni, odnosno kulturni ili utjecaj okoline. Onaj koji ima značajnu ulogu za oblikovanje percepcije tijela je društvena ideja idealnog tijela koju promoviraju mediji. On

uživa u tom statusu zbog svoje rasprostranjenosti. Uvijek i svugdje, svima su dostupne internet, odnosno društvene mreže.

Ovaj završni rad sastoji se od teorijskog dijela, metodološkog i empirijskog dijela, zaključnih razmatranja, korištene literature te metodološke i empirijske arhive. Prvo poglavlje definira što je to percepcija tijela te je osim definicija različitih autora, tijelo promatrano i kroz neke sociološke teorije kako bi se dodatno objasnila njegova važnost. Drugo poglavlje bavi se značajem društvenih i grupnih utjecaja na percepciju tijela. Detaljnije, na marko razini, opisuje se kakav utjecaj na percepciju tijela mladih imaju društva, kulture i mediji te na grupnoj razini, kakav je utjecaj obitelji i vršnjaka. Treće poglavlje sažima neka od dosadašnjih istraživanja ove tematike i opisuje rezultate istih. Nakon teorijskog dijela, opisuje se kako je ovo anketno istraživanje provedeno, koji su ciljevi i hipoteze postavljene. U empirijskom dijelu navode se rezultati istraživanja: važnost tjelesnog izgleda mladima u Splitu, zadovoljstvo tjelesnim izgledom te utjecaji na njega. Nakon analize rezultata o istima se zatim raspravlja te se donose neka zaključna razmatranja. U radu se također nalazi popis korištene literature. Zasebno poglavlje posvećeno je metodološkoj i empirijskoj arhivi koja se sastoji od korištenog upitnika te grafičkih i tabličnih prikaza dobivenih statističkim analizama. Na kraju rada nalazi se sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku te bilješkom o autorici.

## 2. Definiranje percepcije tijela

Percepcija tijela je multidimenzionalan, subjektivan i dinamičan koncept koji obuhvaća percepcije, misli i osjećaje osobe o vlastitom tijelu. Percepcija tijela nije ograničena na vizualne karakteristike osobe, nego uzima u obzir i njezino zdravstveno stanje, vještine i seksualnost. Iako je prilično stabilna tokom vremena, percepcija tijela mijenja se u određenom kontekstu (dobna ranjivost, varijacije nakon izloženosti medija ili promjene u zdravstvenom statusu). Percepcija tijela ne odražava samo biološki faktor pojedinca, nego i povratnu informaciju dobivenu od značajnih ljudi u njegovom životu. Iako ti faktori mogu utjecati na razinu zadovoljstva tijelom, onaj odlučujući je način na koji se tijelo doživljava i evaluira na osobnoj razini. Završni rezultat ovisi o osobnom faktoru (karakteru, samopouzdanju), međuljudskom faktoru (obitelj, vršnjaci i poruke u medijima), biološkim faktorima (genetske osobine, ...) i kulturološkim faktorima (društvene vrijednosti i norme) (Neagu i Rainer, 2015, 30).

Percepcija tijela ima više komponenti, koja može biti podijeljena u dvije dimenzije: perceptualnu (kako se doživljava vlastita veličina, oblik, težina tijela, izgled lica, pokret i akcije) i stavove (osjećaj o tim aspektima i kako ti osjećaji utječu na ponašanje). Percepcija tijela također uključuje misli, vjerovanja, doživljaj emocija i ponašanja o fizičkom izgledu pojedinca. Kako bi poboljšali svoju mentalnu percepciju tijela, pojedinci se koriste različitim metodama, uključujući dijetu za mršavljenje, vježbanje i nekad estetske korekcije (Pop i dr., 2021, 648). Jedna od definicija percepcija tijela opisuje ju kao osobni, subjektivni osjećaj zadovoljstva ili nezadovoljstva tijelom ili fizičkim izgledom (Meland i dr., 2007, 343).

Percepcija tijela je slika koju pojedinac ima u odnosu na svoje antropometrijske mjere (istraživačka metoda antropologije kojoj je cilj utvrđivanje dimenzija ljudskoga tijela i njihovo prosuđivanje), konture i oblik tijela; kao i osjećaj povezan s tim faktorima koji utječu na zadovoljstvo tijelom ili posebnog dijela tijela. Multidimenzionalan je koncept okružen osjetima i neposrednim iskustvima, uključujući subjektivnu komponentu. Više faktora utječe na percepciju tijela, bili oni fizički, psihološki i/ili utjecaji okoline. Također, tu su i subjektivni faktori povezani sa karakteristikama samog pojedinca, kao što su dob, spol, mediji, vjerovanja i vrijednosti (Pop i dr., 2021, 648). Percepcija tijela može se, dakle, shvatiti i kao mentalna slika koju formiramo o vlastitom tijelu. Razumijevanje te samopercepcije uključuje stavove, uzroke i intelekt (Al Sulaimi i dr., 2022, 350).

Percepcija tijela je koncept koji je široko prepoznat kao unutarnja reprezentacija vlastitog vanjskog izgleda – jedinstvena percepcija vlastitog tijela. Može se shvatiti i kao pogled iznutra, koji je u usporedbi sa vanjskom procjenom izgleda, odnosno, s pogledom od vanka.

Unutarnji pogled je asociran sa osjećajima i mislima te čak može utjecati na ponašanje u određenim situacijama. Takvi osjećaji, koji su rezultat evaluacije izgleda, mogu biti pozitivni i negativni. Negativni osjećaji mogu se manifestirati psihičkim poteškoćama kao što je depresija. S druge strane, pozitivni osjećaji, povećavaju samopouzdanje i vode do hrabrih, uspješnih osobnih ili poslovnih pothvata. Percepcija tijela, utječe na emocije, kognitivne sposobnosti i ponašanje. Negativna percepcija u ekstremnim slučajevima, može dovesti do kliničkih stanja kao što su anoreksija, bulimija ili tjelesna dismorfija. Poremećaji u percepciji tijela mogu se prezentirati u bilo kojeg pojedinca, nebitno da li je on gimnastičar ili snagator ili pojedinci koji su preboljeli karcinom, facijalne disfiguracije ili vizualno oštećenje neke vrste. Isto tako treba spomenuti pretile osobe, koje su subjektom konstantnog ponižavanja i stigmatizacije od strane društva i pojedinaca koji nastavljaju diskriminirati protiv onih koji pripadaju skupini društva za koje je prihvatljivo pristupiti punim predrasuda (Thompson i dr., 1999,4).

Slika tijela je složen koncept koji se sastoji od subjektivne reprezentacije vlastitog tjelesnog izgleda i tjelesnih iskustava. Odražava stavove, percepciju, misli i osjećaje osobe vezane uz vlastito tijelo, kao uz cjelokupan izgled, tako i uz specifična područja i dijelove tijela, tjelesne funkcije, snagu i seksualnost. Slika tijela nije statična te je uvjetovana unutrašnjim (biološkim i psihološkim) i vanjskim (socijalnim i kulturalnim) čimbenicima kroz čiju se složenu interakciju razvija, mijenja ili održava. Ukoliko pojedinac sliku tijela smatra nezadovoljavajućom, dolazi do nezadovoljstva tijelom. Nezadovoljstvo je jedan od aspekata slike tijela i predstavlja subjektivnu negativnu procjenu vlastitog tjelesnog izgleda, dijelova tijela ili tjelesnih karakteristika, poput veličine i/ili oblika tijela te čvrstoće ili veličine mišića. Može se kretati od blagog nezadovoljstva nekim dijelovima tijela (npr. bokovima, bedrima, stražnjicom, trbuhom,...) do ekstremnog omalovažavanja vlastitog izgleda koji se uspoređuje s idealnim pri čemu osobe svoje tijelo smatraju odbojnim i odvratnim. U srži nezadovoljstva tijelom je raskorak između percipiranog i, unutarnjeg ili društveno uvjetovanog, idealnog tjelesnog izgleda. Što je raskorak veći, veće je i nezadovoljstvo tijelom (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016, 147).

Percepcija tijela je multidimenzionalan konstrukt koji uključuje percepciju, utjecaje i ponašanje. Uključuje svijest o tijelu, emocionalni stav prema tijelu i zadovoljstvo funkcionalnosti tijela. Percepcija tijela i zadovoljstvo životom su usko povezani sa osobnim fizičkim i mentalnim zdravljem (Bengs, 2000, 65). Kako bi se što bolje razumjela percepcija tijela, treba definirati i koncepte koji se ubrajaju kada promišljamo o njoj. To su zadovoljstvo težinom tijela, točnost percepcije veličine tijela, zadovoljstvo tijelom, zadovoljstvo izgledom, evaluacija izgleda, orijentacija izgleda, samopouzdanje, tjelesne brige, tjelesna disforija,



tjelesna shema, tjelesna distorzija. Zadovoljstvo težinom tijela označava razinu zadovoljstva trenutnom težinom uspoređenom sa željenom. Zadovoljstvo tijelom se odnosi na razinu zadovoljstva određenim dijelovima tijela. Zadovoljstvo izgledom je zadovoljstvo cjelokupnim izgledom, odnosno zadovoljstvo izgledom lica, težinom tijela, kosom ili seksualnom privlačnošću (Thompson i dr, 1999,10).

Svaki aspekt percepcije tijela (percepcija, stavovi i ponašanje) je procenjivo širokim rangom instrumenata. Percepcijska komponenta slike tijela odnosi se većinski na procjenu veličine tijela. Distorzija veličinom tijela koja ide u smjeru preuveličavanja je dugo smatrana prediktorom za razvijanje poremećaja u prehrani. Aspekt ponašanja uključuje akcije koje u cilju imaju kontrolirati stanje tijela (kao što je opetovano vaganje ili provjeravanje u ogledalu), da bi se popravile nepravilnosti (kontroliranje težine ili pretjerano šminkanje) ili da bi se izbjegle situacije koje mogu uzrokovati negativnu percepciju tijela (nošenje široke odjeće ili dobrovoljna društvena izolacija) (Negau i Rainer, 2015, 31).

Osobni (internalizirani) standardi percepcije tijela u nečijoj percepciji postaje dijelom identiteta istog. Kada standardi nisu usklađeni, rezultira uništavanjem osjećaja vrijednosti i samopouzdanja. Percepcija tijela opisana je kao mentalna slika koju stvaramo o vlastitom tijelu. Ta percepcija uključuje stavove, uzroke i intelekt. Percepcija tijela je i jedan od najutjecajnijih faktora u životnom stilu koji može pojedinca dovesti do toga da bude zadovoljan i osjeća se pozitivno, negativna percepcija tijela također utječe na životni stil tako da će pojedinac vjerojatnije biti pretio i ponavljati negativne navike koje su teško promjenjive (Al Sulaimi i dr., 2022, 350).

## **2.1. Sociološke teorije o percepciji tijela**

Jedno sociološko shvaćanje tijela je da je ono izvor informacija. Takvo shvaćanje proizlazi iz Goffmanove teorije. Tijelo je važno u društvenoj interakciji s drugim ljudima, jer ono daje informaciju onima koji ga okružuju. Prema Goffmanu, ova informacija odnosi se na „dijeljeni vokabular tjelesnih idioma“, odnosno, na neverbalnu komunikaciju. Tjelesni idiomi mogu biti opisani kao neverbalne poruke koje šaljemo o sebi, odnosno način na koji pokazujemo osjećaje, na koji se odijevamo, na koji se krećemo, na koji pokrećemo tijelo (geste),... Ova vrsta informacije može biti korištena za klasifikaciju sebe i drugih, kao i za hijerarhijsku podjelu drugih. Način na koji upravljamo tijelom i predstavljamo ga važno je zato što „dijeljenje vokabulara tjelesnih idioma“, upravlja društvenim ponašanjem u javnosti. Prvi dojam osobe je važan i često omogućuje previđanje kategorije i dodavanje atributa pojedincima, odnosno, osobnog društvenog identiteta. Pojedinci pridaju značenja ovoj

informaciji i ponašaju se sukladno tomu. Tijelo može biti važan medijator odnosa između osobnog identiteta i društvenog identiteta: osobno se internalizira i postaje uvjetovano društvenim značenjem koji je povezan s određenim tipom tijela i njegovom manifestacijom. Percipiranje drugih ljudi ili ideala tijela, utječe na način kako pojedinci percipiraju vlastito i druga tijela. Tijelo je također važan dio vlastitog identiteta. Kao takav, on prezentira tko smo ili tko želimo biti. Odnosno, mi postajemo svoja tijela (Bengs, 2000, 65).

Prema pristupu društvene usporedbe, veći rizik za razvoj nezadovoljstva tijelom imaju osobe koje svoj izgled često uspoređuju s izgledom drugih, od onih koji to čine rijetko. Prema sociokulturološkom pristupu, sociokulturni utjecaji, posebice oni koji uključuju tisak i vizualne medije, izvor su snažnih poruka o tome koje su tjelesne karakteristike prihvatljive i poželjne, a koje nisu. Sociokulturalne čimbenike nezadovoljstva tijelom, koji proizlaze iz medija, možemo razmatrati i u okviru Bronfenbrennerovog modela ekoloških sustava. Njegov model prikazan je koristeći se koncentričnim kružnicama. U središtu je pojedinac kojeg okružuju utjecaji podijeljeni na različitim udaljenostima. Onaj najbliže njemu je mikro utjecaj (roditelji, vršnjaci), zatim udaljavajući se od centra kružnice su opisane kao one s mezo i makro utjecajem. Unutar makrosustava (sociokulturalnog okruženja pojedinca) glavni utjecaji na nezadovoljstvo tijelom pojedinca imaju upravo mediji (televizija, internet, časopis) (Erceg Jurgović i Kuterovac Jagodić, 2016, 148). Postoje dvije velike podjele društvene usporedbe. Silazno društveno uspoređivanje uključuje uspoređivanje sa drugima za koje se smatra da su manje sretni u nekom aspektu života. Uspoređivanje s njima pojedincu poboljšava raspoloženje ili povećava osjećaj vrijednosti. Uzlazno društveno uspoređivanje, s druge strane, služi kao motivacijski faktor za poboljšavanje sebe. Razlika među sobom i onoga s kim se uspoređuje tjera pojedinca da dođe do te iste razine (Bessenoff, 2006, 240).

Teorija o neusklađenosti govori o povezanosti između pojedinca i društvenog uspoređivanja u odnosu na utjecaje medija. Neusklađenost su reprezentacije samopercepcije na način kojim pojedinac nije dorastao nekom važnom standardu. Visoka razina neusklađenosti povezana je s raznim tipovima emocionalnog stresa; razočarenja, nezadovoljstva, srama, niskog samopouzdanja ili kroničnih emocionalnih problema kao što su klinička depresija ili društvena fobija. Neusklađenost može rezultirati usporedbom sa idealom mršavog tijela prezentiranog u medijima. Kada je standard medijski istaknut, onaj kojem je taj standard važan, koristit će ga tako da se uspoređuje s njim. (Bessenoff, 2015, 240). Nezadovoljstvo tijelom može se definirati kao nesrazmjer između osobne percepcije trenutne veličine tijela i percipiranog ideala (Meland, 2007, 343).

## 2.2. Značaj društvenih i grupnih utjecaja na percepciju tijela

Povijesno, trendovi ljepote napreduju zajedno s društvom. Ranije, valorizirano žensko tijelo je bilo ono s oblinama i veće, nalik na Grčke božice. Paradoksalno, trenutno, očekivano je da žensko tijelo bude vitko, manje, nalik na modele. U kontrastu s muškim tijelom, čiji je ideal jednak još od antičkih vremena. Ono je visoko i atletske građe. Dodane su karakteristike poput širokih ramena, definiranih mišića i mišića abdomena. Takve promjene stereotipnog tijela često cirkuliraju društvenim medijima, televizijom, časopisima, video igrama i trgovinama odjećom te čak među obiteljima koji pridonose tinejdžerskoj nezdravoj percepciji vlastitoga tijela (Justino, 2020, 716).

Mnogi smatraju da društva i države imaju poteškoće s naglašavanjem važnosti pozitivne percepcije tijela. Zapadna kultura tako ističe važnost vitkog tijela, jer se povećana tjelesna masa može shvatiti kao karakterna mana. Netko može biti definiran kao zgodan ili neprivlačan unutar društvene grupe ovisno o fizičkom izgledu, što ga može učiniti dobrim ili lošim, atraktivnim ili nepoželjnim. Kako bi se borili protiv stigmatiziranog izgleda, sve je više onih koji posežu za estetskim tretmanima. Odnosno, društveni izgled je kulturološki nametnut, neizbježno pojedinci dožive neku vrstu društvene nepravde, stavljaju ogroman teret na svoju percepciju, oblik tijela i percepciju svojih potreba. Kultura, prema sociokulturološkoj teoriji o percepciji tijela, igra ključnu ulogu u objašnjavanju kako ljudi shvaćaju svoja tijela, s rasnim oblikovanjem prikladnog očekivanja doživljaja tijela kao i važnost takvih normi za pojedince. Osobna percepcija tijela je jedna od karakteristika percepcije koja je određena društvom u kojem pojedinac živi. Ideali ljepote na Zapadu su potrebni za ostvarivanje zadovoljstva života i uspjeha u toj kulturi (Al Sulaimi i dr., 2022, 352).

Mladi se dosta koriste medijima i često se im se okreću za pomoć kako bi se lakše nosili sa problemima vezanih uz vlastita tijela i identitete koja se mijenjaju. U različitim formama, masovni mediji šalju poruke adolescentima o tome što je poželjno ili nepoželjno na temelju fizičkih atributa. Primjerice, djevojke će u časopisima internalizirati poruku koja je prezentirana i koristiti medije kao izvor informacija kako poboljšale svoj fizički izgled. U ranoj adolescenciji, djevojke koje percipiraju časopise i reklamne sadržaje kao one koji definiraju idealno tijelo, vjerojatnije je da će iskusiti nezadovoljstvo tijelom. Razlog tomu su razlike između njihove stvarne veličine tijela i onog idealiziranog u medijima. Autori Ata, Bryant Ludden i Lally (2007) pozivaju se na istraživanje provedeno 2001. godine autora Fielda, Camarga, Taylora, Berkeya, Roberta i Colditza koji su ustanovili da se tinejdžerice većinom (69%) slažu da slike žena prezentiranih u časopisima utječu na njihovu percepciju idealnog oblika tijela, dok njih 47% smatra da su te iste slike njih potaknule da počnu sa dijetom za

mršavljenje. Također su otkrili je da je gledanje televizije povezano s povećanom željom među djecom da imaju vitko tijelo kada odrastu, te se vremenom povećavaju poremećaji u prehrani. S druge strane, na tinejdžere utjecaj medija ide u suprotnom smjeru pa je umjesto vitkosti, poželjna je mišićavost. Dakle, dok su djevojke fokusirane na gubljenje mase, oni prihvaćaju strategije kao što su vježbanje ili korištenje dodataka prehrani kako bi dosegli ideal mišićavog, V-oblika idealiziranog tijela. Istraživanje je pokazalo da tinejdžerima u manjoj mjeri mediji stvaraju pritisak za približavanje idealnom tijelu, ali onima koji se osjećaju tako, upuštaju se u dijetu i brinu se o težini tijela (Ata i dr., 2007, 1025-1026).

Mediji utječu na percepciju tijela ne samo prikazivanjem onog što se smatra idealnim muškim, odnosno ženskim tijelom nego i davanjem rješenja ukoliko tijelo nije takvo. Točnije, mediji plasiraju i preporuke za provođenje dijeta za mršavljenje, prijedloge kada i kako se baviti fizičkom aktivnošću te koje dodatke prehrani koristiti za približavanje tom idealu. Na tinejdžerice se taj utjecaj, primjerice preko časopisa, manifestira člancima o dijetama za mršavljenje koje daju odlične rezultate ili za tinejdžere kako da povećaju svoju mišićnu masu. Sredstva javnog informiranja (tisak i vizualni mediji) s obzirom na svoju veliku moć, mogu prenositi sociokulturalne ideale, odnosno u mogućnosti su istaknuti ono što društvo smatra poželjnim ili nepoželjnim. Ističući određene tjelesne karakteristike i kakve one moraju biti, direktno utječu na percepciju tijela kod populacije. Pogotovo ranjiva dobna skupina na taj utjecaj su adolescenti upravo zbog osjetljivosti te dobi na vanjske utjecaje (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016, 149-150).

Većina tinejdžera izložena je masovnim medijima, iako, ne razvijaju svi probleme s percepcijom tijela. Osim medija, i drugi faktori utječu na adolescente i povećavaju njihovu ranjivost. To bi značilo da poruke koje mediji prenose postaju problematične samo kada ih prenose i važni ljudi u okolini, kao što su roditelji i vršnjaci. Iako roditelji i prijatelji pružaju društvenu potporu, oni također mogu i povećati nezadovoljstvo tijelom kod mladih preko zadirkivanja i povećavanjem pritiska da promjene nešto vezano za svoj izgled (Ata i dr., 2007, 1026).

Odnosi s roditeljima koji su više konfliktni nego topli i ispunjeni podrškom, vjerojatnije je da će rezultirati nezadovoljnijim tinejdžerom koji ima negativu percepciju vlastitog tijela. Djevojke koje imaju neki oblik poremećaja u prehrani osjećaju se više kritizirane, manje prihvaćene i manje bliske svojim roditeljima. Konfliktni i manjak povezanosti u odnosu između majke i kćeri dovodi do povećane brige tinejdžerki vezanih uz težinu, dok u odnosu majke i sinova nisu toliko izražene zabrinutosti vezane uz težinu. Također je i manjak povezanosti s ocem prediktor za zabrinutosti vezanih uz tijelo. S druge strane, emocionalna podrška obitelji,

posebice u obliku pozitivne povratne informacije i ohrabrenja, može potisnuti negativne kulturološke utjecaje i pomoći mladima da razviju i održe pozitivnu percepciju tijela tokom vremena. Tijekom adolescencije, i djevojke i dječaci su više orijentirani vršnjacima za potporu i odobrenje. Smanjeno percipirano odobrenje, društvena potpora i povezanost s prijateljima dovodi do smanjenog zadovoljstva kod mladih. Prijašnja istraživanja otkrila su da društvena potpora prijatelja i odobrenje s njihove strane može pomoći mladima da se uzdignu nad sociokulturnim pritiscima i da pozitivnije percipiraju vlastito tijelo (Ata i dr., 2007, 1026).

### 3. Dosadašnja istraživanja o percepciji tijela

Percepcija tijela može biti jedan od utjecajnih faktora na životni stil pojedinca pa tako djeluje na općenito zadovoljstvo ili nezadovoljstvo. Negativna percepcija tijela može utjecati na životni stil društva podizanjem vjerojatnosti za pretilost i formiranje negativnih navika koje su teško promjenjive. Tako percepcija tijela može utjecati na oblik fizičke aktivnosti koju pojedinac preferira i koliko u njoj uživa. Rezultat tomu, društvena očekivanja ljepote mogu odlučiti hoće li se pojedinac upustiti u fizičku aktivnost ako je primjerice bio osuđivan u vezi svoje težine. Oni koji su više samosvjesni imaju tendenciju sami vježbati pa time i imati manju razinu užitka. Vjerojatnije je da će ljudi sudjelovati u nekoj vrsti fizičke aktivnosti ako ona uključuje društveni motivator koji cijeni aktivnost. Isto tako, ljudi koji su frustrirani, osjećaju da nisu dovoljno kvalificirani da se upuste u neku fizičku aktivnost, odgađaju je. Pojavljuje se važnost da se društveno stvori pozitivan osjećaj o bavljenju fizičkom aktivnošću i za vođenje zdravog i aktivnog životnog stila, bez obzira na oblik tijela (Al Sulaimi i dr. 2022, 351).

Kao što je dosad spomenuto, percepcija tijela je multidimenzionalan koncept koji uključuje percepciju, uzrok i ponašanje. Detaljnije, uključuje svjesnost o tijelu, emocionalne stavove prema tijelu i zadovoljstvo s funkcionalnošću tijela. Zadovoljstvo izgledom tijela i zadovoljstvo životom je usko povezano s fizičkom i mentalnom dobrobiti pojedinca. Zadovoljstvo funkcionalnošću tijela je opisana kao zadovoljstvo fizičkom mogućnošću tijela. Ipak, kada se ljude ocjenjuje prema izgledu umjesto prema funkciji tijela, dovode se u rizik za razvijanje poremećaja prehrane. Mnogi smatraju da društva i države ne šalju poruku o važnosti pozitivne percepcije tijela. Tako je u Zapadnoj kulturi važno da populacija ima vitkija tijela, čak se povećana tjelesna masa smatra karakternom manom. Populacija se, s druge strane, bori protiv nametnutih ideala tako što se upuštaju u kozmetičke ili estetske tretmane (Al Sulaimi i dr., 2022, 352).

Istraživanja pokazuju povezanost između fizičke aktivnosti i zadovoljstva životom. Primjerice, pojedinci koji vode više sjedilački način života, imaju smanjeno općenito zdravlje. Upravo suprotno tomu, oni koji su aktivni na srednjoj ili visokoj razini, zadovoljniji su. Programi koji potiču pojedince da budu zdraviji ujedno i pomažu u poboljšanju svojeg emocionalnog, mentalnog stanja kao i poticanje fizičke aktivnosti. Također je utvrđena povezanost između generalne sreće i želje za društvenom interakcijom s fizičkom aktivnošću. Nezadovoljstvo tijelom je shvaćeno i kao motivator ali i da odvraća od vježbanja. Pojedinci koji su uključeni u bilo koji oblik vježbanja motivirani da poboljšaju svoj fizički izgled, općenito to i učine na kratak vremenski period. S druge strane, one koji su motivirani

poboljšanjem zdravstvenog stanja, to okupira duži vremenski period. Oni koji pozitivno percipiraju svoja tijela i direktno se uključuju u zdrave navike da fizički i psihički ispune svoja tijela, motivirani su za fizičkom aktivnošću u cilju zadržavanja svojeg tijela na poznatoj razini kvalitete. Tako, oni kojima je ugodno u vlastitom tijelu i zadovoljni su kako ono izgleda, imaju kontrolu nad vlastitim izgledom, seksualnošću i fizičkom funkcijom (Al Sulaimi i dr., 2022, 353).

Kvantitativno istraživanje provedeno kros sekcijском metodom okupilo je 781 sudionika radi potvrđivanja ili odbacivanja sljedećih hipoteza: nema statistički značajne razlike između zadovoljstva percepcijom tijela i zadovoljstva životom i da fizička aktivnost neće imati utjecaja na odnos među zadovoljstva percepcijom tijela i zadovoljstva životom. Potvrđeno je da su sudionici koji su zadovoljni svojim tijelom općenito zadovoljniji i fizički aktivniji od onih koji su manje zadovoljni. Zanimljivo je da nisu pronađene nikakve dobne razlike. Rezultati ukazuju da niti zadovoljstvo niti nezadovoljstvo nije statistički značajno povezano s dobi sudionika. Objašnjenje autora je da starenje ljudi ne znači da su manje zadovoljni svojim izgledom unatoč fizičkom aspektu starenja, nego više prihvataju svoj izgled kako postaju sve mudrijima i zrelijima. Oblik tijela, težina i ostali tjelesni indikatori koji uzrokuju nezadovoljstvo su manje učestali u ovoj dobi od možda fizičke aktivnosti. Otkriveno je da oni koji su zadovoljniji svojim životom, imaju veće samopouzdanje. Isto tako, onima koji su nezadovoljniji, povećava se rizik za pojavu nekih negativnih fenomena, kao što je povećana odsutnost ili naizmjenično mijenjanje karijera. Tu je također povezanost između izgaranja na radnom mjestu (stanje kada svakodnevne interakcije i zadaci postanu previše zahtjevni da ih pojedinac psihički podnese) i zadovoljstva životom. Zadovoljstvo životom omogućuje pojedincu da se nosi sa situacijama i nezadovoljstvima koja se svakodnevno događaju. Zato se implicira da onaj koji je zadovoljan svojim životom dobro se i psihički osjeća, i to utječe na dugoročan uspjeh i povećava optimizam i potencijalne ambicije (Al Sulaimi i dr. 2022, 361). Hipoteza da nezadovoljstvo tijelom i životno zadovoljstvo nije povezano s fizičkom aktivnošću je odbačena. Pokazalo se da oni s pozitivnom percepcijom tijela mogu poboljšati svoj osjet i vrijednost vlastitoga tijela tako da se uključe u prilagođene aktivnosti njihovim potrebama u svakodnevnom životu. Također će biti svjesni svojih fizioloških i emocionalnih potreba kao i formiranja svog okruženja, odnosa i svakodnevne rutine kako bi se zadovoljile te potrebe (Al Sulaimi i dr., 2022, 362).

Istraživanje provedeno upitnikom među 177 mladih između 13 do 19 godina rezultiralo je podacima o percepciji tijela i samopouzdanju, utjecaju roditelja i vršnjaka, utjecaju društva i kulturoloških faktora te osobnih faktora. Rezultati su pokazali da će djevojke koje imaju manje

samopouzdanje vjerojatnije iskazati negativne osjećaje o određenim dijelovima tijela. Također, obitelj i prijatelji imaju utjecaj na samopouzdanje. Oni koji imaju manje podrške prijatelja i obitelji i više ih se zadirkuje, manje su zadovoljni svojim tijelom. Autori su istražili utjecaj medija na mlade i njihovo zadovoljstvo tijelom. Pronađene su razlike među tinejdžericama i tinejdžerima o tome koliko snažno osjećaju pritisak medija pa tako, djevojke osjećaju veći pritisak da prilagode svoje tijelo onome što mediji plasiraju kao idealno, i time su nezadovoljnije svojim tijelom (Ata i dr., 2007, 1031).

Kvantitativno istraživanje provedeno upitnikom opsežno je istražilo kako 167 mladih djevojčica i dječaka od 13, 15 i 17 godina percipiraju vlastito tijelo. Njihov teorijski okvir uključivao je teorije o tijelu i razlikama među djevojčicama i dječacima. Četiri teme su se prožele kako bi istražile važne aspekte idealnog tijela. To su problematično tijelo, kontrolirano tijelo, promjenjivo i društveno tijelo. Problematično bi bilo zato što se tijelo spominje većinom kao problem na globalnoj, nacionalnoj i osobnoj razini. Na globalnoj razini, problemi o kojima se raspravlja su prenapučenost, glad, zdravstveni problemi, odnosno širenje zaraza. Na nacionalnoj razini, problematičnost je vidljiva u starenju stanovništva, smanjen natalitet, sve veći broj pretilog stanovništva, širenje poremećaja prehrane. Na osobnoj razini, problematično tijelo se manifestira u vlastitim tjelesnim nedostacima; sposobnost za rad ili bavljenje fizičkom aktivnošću, reprodukcija, zdravstveni status, te oblik i veličina tijela. Kontrolirano tijelo može biti vanjsko i unutarnje. Vanjska kontrola može biti od strane institucija poput školi, zatvora, bolnica... ali također i od strane ljudi koji su bliski pojedincu kao što su njegovi prijatelji i obitelj. U vanjsku kontrolu spada i društvena kontrola. Unutarnja je shvaćena kao individualna vježba samonadzora ili regulacije. Ovakva vrsta kontrole može biti i pozitivna tako što će utjecati na pojedinca da poveća svoje prilike za promjenom, poboljšanjem i da preuzme natrag kontrolu nad svojim tijelom koje su dosad bile u rukama novih tehnologija i medicinskih napredaka. Promjenjivo tijelo je ono koje se gleda kroz prizmu konzumerističke kulture. Ovo razmišljanje tijelo shvaća kao promjenjivo i konzumirano od strane drugih ljudi. Moraju se konzumirati proizvodi kako bi se zadržalo i očuvalo zdravo, mlado, u fizički dobroj formi i atraktivno tijelo. Društveno tijelo je osim od važnosti za pojedinca, važno i u odnosu s drugim ljudima. U ovom tipu tijela važni su društveni aspekti, odnosno kako su društvene, kulturne norme i vrijednosti o tijelu i izgledu povezane s osobnim identitetom (Bengs, 2000, 54-64). Kako bi otkrili zadovoljstvo tijelom među sudionicima postavili su dva pitanja; jesu li zadovoljni svojim tijelom i jesu li zadovoljni svojim izgledom (misleći na izgled lica i kose). Njihovi rezultati pokazali su da je nezadovoljstvo tijelom široko rasprostranjeno među sudionicima i da je nezadovoljstvo tijelom veće nego ono licem. Procijenili su da je svaka treća



osoba nezadovoljna tijelom dok je svako četvrta izgledom. Dodaju da je nezadovoljstvo i tijelom i izgledom posebno izraženo kod djevojčica. Više od njih duplo je nezadovoljno svojim tijelom, imaju jaču želju da promjene svoj oblik tijela (da budu vitkije). Rezultati pokazuju važnost visine i težine tijela. Želja za biti višim jednaka je među djevojčicama i dječacima, a težina je važnija djevojčicama (Bengs, 2000, 83-89).

Istraživanje provedeno isključivo među ženama od dobi 17 do 39 godina, koristilo se kvantitativnom metodom i upitnikom o zadovoljstvu tijelom. Hipoteze ovoga istraživanja bile su da će neusklađenost (razlika osobnog osjećaja među percepcijom vlastitog tijela i idealiziranoga) utjecati na odnos među izloženosti idealu vitkog tijela u reklamnom prostoru i negativnih posljedica. Žene koje su izloženije nametanju idealnog tijela koje treba biti vitko, imat će veću razinu nezadovoljstva: depresiju, loše raspoloženje i nisko samopouzdanje od žena koje nisu toliko izložene tom utjecaju. Druga hipoteza pretpostavlja da će društveno uspoređivanje utjecati na odnos među izloženosti vitkom idealu u oglašavanju i negativnih posljedica. One koje su izloženije vjerojatnije će se uspoređivati i iskusiti negativne efekte kao što je nisko samopouzdanje i nezadovoljstvo percepcijom tijela. Treća hipoteza je da će neusklađenost utjecati na ovaj odnos. One s izraženom neusklađenošću osim što će se češće uspoređivati će i povećati rizik za negativne posljedice te usporedbe (Bessenoff, 2006, 241). Rezultati su otkrili da izloženost oglasima idealnog vitkog tijela utječe na zabrinutost kilažom tijela, na raspoloženje, na samopouzdanje i na depresiju. Žene s višom razinom neusklađenosti imaju i višu razinu potištenosti, razdražljive su, imaju nižu razinu samopouzdanja i povećanu razinu depresivnih misli kada su izložene sadržajima koji promoviraju vitko tijelo, nego kada nisu. Žene koje imaju nižu razinu neusklađenosti nisu pokazale takve razlike. Prema istraživanju, žene s višom razinom neusklađenosti u većem su riziku za negativne posljedice ako su izložene vitkom idealu. Društveno uspoređivanje povezano je sa negativnim posljedicama kao što su depresija, negativne misli i potrebom za regulacijom težine tijela. Također, one koje imaju višu razinu neusklađenosti, kada su izložene vitkom idealu, dvostruko vjerojatnije će se uspoređivati od onih koje imaju nižu neusklađenost. Kada se kontrolirani faktor kao što je izloženost vitkom idealu poveže sa društvenim uspoređivanjem, rezultira povezivanjem sa svim negativnim faktorima koji su navedeni u istraživanju (misli o reguliranju težine, depresivne misli, loše raspoloženje i samopouzdanje) (Bessenoff, 2006, 247-248).

Mediji poput tiska i vizualnih medija imaju moć da prenose populaciji što je to idealno tijelo i koje su njegove karakteristike. Istraživanje s ciljem ispitivanja razlika među djevojkama i mladićima u dvije dobne skupine provedeno je na ukupno 1056 učenika i učenica na području Zagreba i Velike Gorice. Dobna skupina se podijelila na dva podskupine: na ranu i kasnu

adolescenciju. Raspon rane adolescencije je od 10 do 14 godina, dok je kasna adolescencija od 16 do 19 godina. Provedeno je kvantitativno istraživanje upitnikom o utjecaju medija o percipiranim sociokulturalnim utjecajima na sliku tijela i promjenama tjelesnog izgleda. Detaljnije, ispitivanje utjecaja medija pod kojim se smatraju televizija (emisije, filmovi, serije), časopisi i novine na promjene u težini (mršavljenje ili povećanje mišićne mase). Osim utjecaja medija na mijenjanje izgleda tijela, istraživanje je sadržavalo i pitanja o utjecaju medija na vrstu hrane koja bi se trebala konzumirati. Rezultati su pokazali da na djevojke mediji utječu tako da ih potiču na mršavljenje, a na mladiće da dobiju na tjelesnoj težini i povećaju mišićnu masu. Takve potrebe su u skladu s idealiziranim tijelima koja se plasiraju kroz medije. Vidljive su i dobne razlike o utjecaju medija kod dvije podskupine. Oni u kasnoj adolescenciji snažnije osjećaju utjecaj medija od onih u ranoj adolescenciji. To je objašnjeno povećanom sviješću o vlastitom tijelu kao i o sociokulturnom idealnom tijelu. Rezultati dobiveni ovim istraživanjem naglašavaju važnost osvještavanja utjecaja medija na percepciju tijela kako bi ono iskoristilo u pozitivne svrhe; pružanjem pomoći te sprječavanja problema koji mogu nastati ako su mladi konstantno izloženi negativnom perspektivom tjelesnog izgleda (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016, 150-156).

Istraživanje provedeno među 77 studenata prosječne dobi od 20 godina, od kojih su većinom, njih 75,3%, bile žene za cilj je imalo identificirati odnos među razine zadovoljstva percepcijom tijela, percepcijom zdravlja i korištenje društvenih mreža. Do rezultata su autori došli anketnim istraživanjem. Upitnik je sadržavao sociodemografske, antropometrijske mjere (mjerenje različitih dijelova tijela kako bi se dobio bolji uvid u stanje ukupnog masnog tkiva) i informacije o percepciji studenata o vlastitom zdravom životnom stilu korištenjem otvorenih pitanja, kao i njihovog mišljenja o važnosti idealiziranog tijela na percepciju vlastitog. Pitanja fokusirana na društvene mreže za cilj su imale ustanoviti postoji li povezanost među korištenjem istih i zadovoljstvom tijelom. Rezultati su pokazali da se studenti najčešće koriste *Facebook*-om i to između 4,81 do 3,60 sati dnevno. Druga najčešće korištena društvena mreža je *Instagram*, pa *Snapchat*, *WhatsApp* i *TikTok*. Studenti najčešće koriste društvene mreže za socijalizaciju. Većina ih ima tjelesnu težinu koja se smatra normalnom. Prepreke za provođenje zdravog načina života, navode prepunjene rasporede i manjak vremena za pripremanje zdravih obroka, manjak motivacije i manjak novca. Pod zdravim načinom života, smatra se fizička aktivnost, konzumacija voća i povrća, redovito unošenje vode i dobra kvaliteta sna. Većina ih je zadovoljna svojim izgledom i smatraju većinu ideala ljepote kulturološki kreiranima i plasiranim preko društvenih mreža. Pozitivan trend prati i utjecaj društvenih mreža na percepciju tijela. Studentice većinom smatraju da društvene mreže općenito i objave njihovih

vršnjaka ne utječu na percepciju vlastitog tijela i nemaju potrebu za uspoređivanjem. Ipak, one na koje imaju utjecaj, on je negativan. Studentice na koje utječu društvene mreže, osjećaju se nesigurno i nezadovoljno u vlastitom tijelu i postaju zavidne. Na neke, ipak, utjecaj društvenih mreža djeluje motivirajuće da poboljšaju vlastiti izgled (Pop i dr., 2021, 5-7).

Još jedno istraživanje ciljalo je otkriti povezanost između izloženosti medijima i percepcije tijela. Upitnik su dvaput popunile 214 djevojčica, prvi put prosječna je dob bila 13,98, a drugi 14,92. Mediji koje ovo istraživanje smatra relevantnim za istražiti su časopisi i televizija te se uzima u obzir da u vrijeme provedbe istraživanja internet i društvene mreže nisu toliko preuzele medijski prostor. U vremenskoj razlici od godine dana između dva istraživanja gledanje televizijskih sadržaja smanjeno je za 3 sata; smanjeno je vrijeme gledanja zabavnih emisija, a povećano gledanje sapunica. Rezultati ukazuju da je adolescencija vrijeme značajnog nezadovoljstva tijelom i potrebom za imanjem vitkog tijela. Ta je spoznaja ostala nepromijenjena unatoč godine dana razlike između ponavljanja istraživanja. Na djevojčice utjecaj imaju modni časopisi, koji promoviraju vitki ideal i pružaju informacije kako doći do takvog tijela preko dijeta za mršavljenje i vježbanjem. Promjenu u konzumiranju televizijskih sadržaja, odnosno povećanje gledanja sapunica, autor smatra rizičnim zato što se takav sadržaj prezentira kao realan a upravo je suprotan od toga. U njima ne samo da se promovira idealno vitko tijelo nego se i ta privlačnost povezuje sa srećom, poželjnošću i statusom. Statistički značajna povezanost između izloženosti medijima i nezadovoljstva tijelom nije pronađena ali to ne znači da mediji nemaju utjecaj na percepciju tijela i stvaranje poremećaja prehrane. Povezanost izloženosti medija, odnosno idealiziranog tijela i stvaranje negativne percepcije tijela postoji (Tiggermann, 2006, 534-537).

Izniman rast kozmetičke industrije potaknuo je istraživanje o važnosti fizičkog izgleda. Dva su cilja istraživanja: zadovoljstvo percepcijom tijela koja se definirala kroz zadovoljstvo tjelesnom aktivnošću i zadovoljstvo privlačnošću i povod za kupovinom. Postavljena hipoteza pretpostavlja da će zadovoljstvo percepcijom tijela biti niže kod sudionika koji su izloženi slikama atraktivnih modela od onih koji su izloženi modelima koji izgledaju standardno. Hipoteza se bazira na teoriji društvenog uspoređivanja. Pretpostavlja se i razlika među muškarcima i ženama. Nakon izloženosti testnim reklamama žene će imati nižu razinu zadovoljstva tijelom od muškaraca i bit će manje zadovoljne sobom kada se uspoređuju sa idealiziranim modelima. Također se pretpostavlja da će oni s višim samopouzdanjem biti pod manjim utjecajem društvenog uspoređivanjem od onih s manjim samopouzdanjem. Pretpostavlja se i da će među ženama biti značajne razlike zadovoljstva percepcijom tijela s obzirom na razinu samopouzdanja, dok kod muškaraca ta razlika neće biti toliko značajna. U

istraživanju je sudjelovalo 106 mladih prosječne dobi od 21.8 godina. Rezultati su pokazali da su žene sklonije uspoređivanju i generalno više pažnje posvećuju tijelu od muškaraca. Takav rezultat se objašnjava time što je na ženama puno veći pritisak da se približe nametnutom idealu tijela. Međutim, važnost vlastite privlačnosti i razina samopouzdanja jednaka je kod muškaraca i žena. Oni koji imaju višu razinu samopouzdanja, osjećaju se zadovoljnijima svojim izgledom i privlačnošću. Istraživanje je pokazalo da je zadovoljstvo tijelom podijeljeno u dva faktora; onaj povezan sa oblikom, težinom tijela i onim koji se odnosi na percepciju vlastite privlačnosti. Otkrivena je povezanost zadovoljstva i uspoređivanja. Kada se žene uspoređuju sa modelom koji predstavlja idealno tijelo, osjećaju se nezadovoljnije u vlastitom tijelu. S druge strane, vanjska usporedba pokazuje upravo suprotno. Uspoređivanje također ima utjecaj na želju za kupovinom, kada dođe do nezadovoljstva potaknutim uspoređivanjem, vjerojatnije je da će žene poduzeti neke korektivne akcije (Venkat i Ogden, 2002, 57-62).

## 4. Metodološki i empirijski aspekti istraživanja

### 4.1. Istraživački dizajn

U teorijskom dijelu ovoga rada iskazana je važnost percepcije tijela i kako važnu ulogu ona može imati na ukupno zadovoljstvo života pojedinca. Time je opći cilj ovog istraživanja ispitati percepcije tijela mladih u Splitu. Posebni ciljevi istraživanja odnose se na važnost tjelesnog izgleda mladih u Splitu, koliko su njime zadovoljni, koliko često idu na dijete ili se bave nekakvim sportskim ili fizičkim aktivnostima ili možda pribjegavaju kozmetičkim tretmanima ili estetskim korekcijama kako bi poboljšali svoj izgled. Među posebnim ciljevima važno je i otkriti koliko su mladi u Splitu pod utjecajem obitelji ili prijatelja, televizijskih i reklamnih sadržaja, ili društvenih mreža.

Postavljene istraživačke hipoteze odnose se na pretpostavljenu razliku među ženama i muškarcima:

H1: ženama u Splitu tjelesni izgled važniji je nego muškarcima

H2: muškarci u Splitu zadovoljniji su svojim izgledom od žena

H3: žene u Splitu češće pribjegavaju aktivnostima kako bi poboljšale svoj tjelesni izgled nego muškarci

H4: žene u Splitu više su pod utjecajima društvenih mreža u odnosu na muškarce

U ovom radu korištena je anketa kao metoda istraživanja i upitnik kao njezin instrument. Prije objavljivanja online upitnika, provedena su dva pilot istraživanja. Prvo takvo provedeno je u rujnu 2023. godine i u njemu je sudjelovalo 50 mladih. Isprintani i podijeljeni upitnik sadržavao je strukturalna pitanja, ona o važnosti i o zadovoljstvu tjelesnim izgledom te o utjecajima. Poteškoća s kojom su se sudionici susreli tijekom ispunjavanja tog upitnika bilo je u otvorenom pitanju „Što najviše utječe na Vaše zadovoljstvo tjelesnim izgledom?“. Te poteškoće vidjele su se u vraćanju upitnika bez odgovora na to pitanje ili pitanjem da im se pojasni isto. Pitanje je stoga podijeljeno je na dva otvorena pitanja. Prvo otvoreno pitanje zamišljeno je tako da se nadovezuje na tablicu slaganja sa izjavama koje mu prethodi. Odnosno, sudionike se prvo tražilo da označe učestalost utjecaja. Pitalo ih se koliko često roditelji, prijatelji, mediji ili netko drugi utječe na njihovu sliku o vlastitom tjelesnom izgledu. Nakon što su označili svoje mišljenje izjavama od nikad do često, slijedi prvo otvoreno pitanje. Ono od njih traži da pojasne na koji način oni (roditelji/prijatelji/mediji/netko drugi) na njih utječu. Zatim drugo otvoreno pitanje traži od sudionika da navedu situaciju kada se osjećaju najzadovoljnijima u vlastitom tijelu. Ovakva kombinacija pitanja pokazala se dosta preciznijom, odnosno jednostavnijom za davanje odgovora. Drugo pilot istraživanje provedeno

je u listopadu 2023. godine i u njemu je sudjelovalo 10 mladih. Konačna verzija upitnika stavila je poseban naglasak na društvene mreže i njihov utjecaj na percepcije tjelesnog izgleda s obzirom na važnost društvenih mreža u životima mladih.

U uvodu upitnika jasno je objašnjeno u koju se svrhu upitnik popunjava, za koju je dobnu skupinu i naglašena je dobrovoljnost i anonimnost sudjelovanja. Poveznica anketnoga upitnika podijeljena je u sljedećim *Facebook* grupama: „Ankete\_upitnici\_testovi“, „Anketalica- Podijeli svoju anketu“, „Ankete“ te kao objava na osobnom *Facebook* profilu istraživačice. Također je isprintan QR kod upitnika koji je na malom formatu isprintan i namješten na svaki stol u kafiću na Kampusu gdje se nalaze Prirodoslovni, Kemijski, Pomorski fakultet i Zdravstveni studiji. Anketni upitnik bio je otvoren 10-ak dana tijekom ožujka 2024. godine i u tome razdoblju sudionici su odgovarali na 15 pitanja koja su se sastojala od strukturalnih obilježja, procjene važnosti i zadovoljstva tijelom i utjecaja na pojedinca. U istraživanju je korišten prigodni uzorak mladih u dobi od 18 do 29 godina, a upitnik je ispunilo 218 sudionika. Za unos i obradu podataka koristio se program za statističku analizu SPSS.

## 4.2. Prikaz istraživačkih rezultata

### 4.2.1. Strukturalna obilježja

U istraživanju je sudjelovalo 61,5% žena i 38,5% muškaraca (vidi *Tablica 1* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). U najvećim distribucijama jesu mladi od 23 (18,3%) i 22 godine (17,4%), zatim slijede mladi u dobi od 19 (13,3%), 20 (11%), 21 (9,2%), 24 (6,9%), 25 (6,4%), 26 (6%), 29 (5,5%), 27 (3,7%), 28 (1,4%) i tek dva sudionika od 18 godina (vidi *Tablicu 2* u Tablični u grafički prikazi empirijskih podataka). Po pitanju radnog statusa, najviše je onih koji studiraju (61,9%), zatim onih koji uz studij i rade (22,5%), dok je zaposlenih 13,3% i u najmanjim distribucijama onih koji niti studiraju niti rade (2,3%) (vidi *Tablicu 3* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). S obzirom na stupanj obrazovanja, riječ je o mladima koji imaju završenu srednju školu (31,2%), prijeddiplomski ili diplomski sveučilišni studij (61,5%) te u manjim distribucijama prijeddiplomski ili specijalistički stručni studij (6,9%) (vidi *Tablicu 4* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). Polovina mladih živi s roditeljima/skrbnicima (50%), dok četvrtina živi s cimerom/icom (24,8%). U sličnim distribucijama su mladih koji žive sami (12,8%) i oni koji žive s partnerom/partnericom (12,4%) (vidi *Tablicu 5* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka).

#### 4.2.2. Važnost tjelesnog izgleda

Značajan postotak mladih sudionika smatra tjelesni izgled važnim (69,3%), dok njih 28,4% vlastiti tjelesni izgled smatra donekle važnim (vidi *Tablicu 6* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). Dosta drukčija je situacija kada se radi o tjelesnom izgledu drugih. Njih 53,2% smatra da im je tjelesni izgled drugih donekle važan. Onima kojima je važan je 23,9%, a kojima nije je 22,9% (vidi *Tablicu 7* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka).

Prva hipoteza (H1) postavljena u ovom istraživanju je da žene u Splitu smatraju tjelesni izgled važniji nego muškarci. Hipoteza je testirana *Mann Whitney U* testom. Rezultat je odbacio hipotezu, jer nije pronađena statistički značajna razlika procjene važnosti tjelesnoga izgleda između muškaraca i žena (vidi prikaz 1).

**Tablični prikaz 1:** Razlike u procjenama važnosti vlastitog tjelesnog izgleda između muškaraca i žena

	spol	N	mean rank
Važnost tjelesnog izgleda	ženski	135	109,91
	muški	83	108,83
	ukupno	218	

U=5547, Z=-0,153, p=0,879

Zanimalo nas je postoji li razlike u procjeni važnosti tjelesnog izgleda drugih između žena i muškaraca. Rezultat *Mann Whitney U* testa pokazao je da postoji statistički značajna razlika. Muškarci tjelesni izgled drugih smatraju važnijim nego žene (vidi prikaz 2).

**Tablični prikaz 2:** Razlike u procjenama važnosti tjelesnog izgleda drugih između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
važnost tjelesnog izgleda drugih	ženski	135	101,29
	muški	83	122,85
	ukupno	218	

U= 4494, Z=-2,700, p=0,007

#### 4.2.3. Zadovoljstvo tjelesnim izgledom

U najvećim distribucijama mladi su donekle zadovoljni vlastitim tjelesnim izgledom (49,5%). Nešto više od trećine ih je njime zadovoljno (36,7%), dok je nešto više od desetine nezadovoljno vlastitim tjelesni izgledom (13,8%) (vidi *Tablicu 8* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). Mladi u Splitu svoj tjelesni izgled uspoređuju s onima u okolini ponekad (39%), rijetko (33%), često (16,5%) i nikad (11,5%) (vidi *Tablicu 9* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). *Mann Whitney U* test pokazao je razlike između žena i muškaraca na način da se žene više uspoređuju s ostalima u okolini od muškaraca (vidi prikaz 3).

**Tablični prikaz 3:** Razlike u uspoređivanju s ostalima u okolini između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
uspoređivanje	ženski	135	118,31
	muški	83	95,16
Ukupno		218	

U= 4412,5, Z= -2,776, p= 0,006

Druga postavljena hipoteza (H2) glasi da su muškarci u Splitu zadovoljniji svojim tjelesnim izgledom od žena. Statističkim *Mann Whitney U* testom ta je hipoteza potvrđena te je pronađena statistički značajna razlika. Muškarci su zadovoljniji svojim tjelesnim izgledom u odnosu na žene (vidi prikaz 4).

**Tablični prikaz 4:** Razlike u zadovoljstvu tjelesnim izgledom između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
zadovoljstvo tjelesnim izgledom	ženski	135	102,87
	muški	83	120,28
	ukupno	218	

U=4707,5, Z=-2,177, p=0,029

Sudionici su najzadovoljniji svojom visinom (78,4%), zatim kosom (62,4%), izgledom lica (57,8%), oblikom tijela (49,5%), težinom (37,6%) i fizičkom kondicijom (30,3%) (vidi *Tablicu 10* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). Statistički značajne razlike kod zadovoljstva oblikom tijela, težinom, izgledom lica i fizičkom kondicijom potvrđene su *Mann Whitney U* testom (vidi prikaz 5). Kod svakog aspekta žene imaju manje vrijednosti, odnosno manje su zadovoljne svojim oblikom tijela, težinom i fizičkom kondicijom od muškaraca u Splitu.

**Tablični prikaz 5:** Razlike u zadovoljstvu aspektima tijela između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
oblikom tijela	ženski	135	99,57
	muški	83	125,64
U=4262,5, Z=-3,277, p=0,001			
težinom	ženski	135	100,83
	muški	83	123,60
U= 4432,5, Z= -2,752, p= 0,006			
visinom	ženski	135	110,11
	muški	83	108,51
U=5520,5, Z= -0,253, p= 0,800			
izgled lica	ženski	135	105,26
	muški	83	116,39
U= 5030,5, Z= -1,441, p= 0,149			
kosom	ženski	135	108,42
	muški	83	111,26
U=5456,5, Z= -0,378, p=0,705			



fizička kondicija	ženski	135	98,33
	muški	83	127,67
U= 4094,5, Z= -3,575, p=<0,001			

Mladi u Splitu su najzadovoljniji nakon fizičke aktivnosti (53,2%). U puno manjim distribucijama zadovoljstvo tjelesnim izgledom povezuju s težinom (9,2%), odjećom u kojoj se dobro osjećaju (6%), odmaranjem (4,1%), dobrim okruženjem i ugodnim društvom (3,2%), komplimentima (3,2%), sportskim aktivnostima (1,8%), te zdravom i reguliranom prehranom (1,4%) i tretmanima/korekcijama (1,4%). (vidi *Tablicu 16* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka).

#### 4.2.4. Aktivnosti za promjenu tjelesnog izgleda

Dijete za mršavljenje sudionici prakticiraju nikada (51,8%), rijetko (28%), ponekad (13,8) % i često (6,4%). Sportskim aktivnostima njih 37,2% se često bavi, 35,3% ponekad, 23,4% rijetko i 4,1% nikad. Takav pozitivan trend nastavlja se i kroz učestalost bavljenja fizičkom aktivnošću pa se time bavi njih 44% često, 41,3% ponekad, 12,4% rijetko te 2,3% nikad. Kozmetički tretmani sudionicima nije nešto za čime često posežu pa tako njih 44% nikada ne ide na tretmane, 30,3% rijetko, 18,3% ponekad i tek 7,3% često. Na estetske korekcije većina ne ide nikada (93,1%), rijetko ili ponekad njih 2,8% i tek 1,4% često (vidi *Tablicu 11* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka).

Zanimalo nas je postoji li razlika među ženama i muškarcima kod učestalosti bavljenja aktivnostima. *Mann Whitney U* testom pronašle su se statistički značajne razlike među ženama i muškarcima. Žene više pribjegavaju dijetama za mršavljenje i kozmetičkim tretmanima, dok muškarci sportskim i fizičkim aktivnostima. Kod estetskih korekcija nisu se pokazale statistički značajne razlike (vidi prikaz 6).

**Tablični prikaz 6:** Razlike učestalosti pribjegavanja aktivnostima za poboljšanje izgleda između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
dijete za mršavljenje	ženski	135	117,93
	muški	83	95,79
U= 4464,5, Z= -2,752, p= 0,006			
sportske aktivnosti	ženski	135	100,21
	muški	83	124,6
U= 4349, Z= -2,935, p= 0,003			
fizičke aktivnosti	ženski	135	102,0
	muški	83	121,7
U= 4589,5, Z= -2,441, p= 0,015			
kozmetički tretmani	ženski	135	123,86
	muški	83	86,15
U=3664,5, Z= -4,568, p=<0,001			
estetske korekcije	ženski	135	107,63

	muški	83	112,54
U= 5350, Z= -1,273, p= 0,203			

Njih 61,5% često pribjegava spomenutim aktivnostima radi osjećaja zadovoljstva, njih 56% zbog zdravlja i 45% zbog izgleda. Ostale distribucije razloga zadovoljstva podijelile su se na 24,8% ponekad, 8,3% rijetko i 5,5% nikad. Zbog zdravlja ponekad 28,9%, rijetko 8,3% i nikad 6,9%. Zbog izgleda ponekad je njih 36,2%, zatim rijetko 12,4% i nikad 6,4% (vidi Tablicu 12 u Tablični i grafički prikazi empirijskih rezultata).

Jedna od hipoteza (H3) pretpostavlja da žene u Splitu češće pribjegavaju aktivnostima kako bi poboljšale svoj tjelesni izgled nego muškarci. Ova hipoteza testirana je *Mann Whitney U* testom koji nije pokazao statistički značajne razlike (vidi u prikazu 7).

**Tablični prikaz 7:** Razlike u razlozima za bavljenje aktivnostima za poboljšanje izgleda između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
Razlog-zdravlje	ženski	135	108,46
	muški	83	111,19
U=5462, Z= -0,346, p= 0,729			
Razlog-izgled	ženski	135	114,04
	muški	83	102,11
U= 4989,5, Z= -1,462, p= 0,144			
Razlog-osjećaj zadovoljstva	ženski	135	111,17
	muški	83	106,79
U= 5377,5, Z= -0,574, p= 0,566			

Svoje fizičko zdravlje 49,1% mladih sudionika procjenjuje odličnim, 48,6% osrednjim i 2,3% lošim. Mentalno zdravlje procjenjuje se odličnim kod 50% sudionika, kod 40,4% osrednjim i 9,6% lošim (vidi Tablicu 13 u Tablični i grafički prikazi empirijskih rezultata). Mann Whitney U pokazao je statistički značajne razlike u procjenama fizičkog i mentalnog zdravlja među ženama i muškarcima. Žene su nezadovoljnije vlastitim fizičkim i mentalnim zdravljem od muškaraca (vidi prikaz 8).

**Tablični prikaz 8:** Razlike procjena fizičkog i mentalnog zdravlja između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
Procjena fizičkog zdravlja	ženski	135	96,30
	muški	83	130,97
U= 3820,5, Z= -4,500, p=<0,001			
Procjena mentalnog zdravlja	ženski	135	101,03
	muški	83	123,27
U=4459,5, Z=-2,811, p= 0,005			

#### 4.2.5. Utjecaji na tjelesni izgled

Prema učestalosti, mladi ističu da na njihovu sliku o vlastitom tijelu često utječu društvene mreže (22%), partner/ica (14,2%), televizijski sadržaji (11,9%), prijatelji (10,6%), roditelji i reklamni sadržaji (8,3%). Ponekad na njih utječu prijatelji (28%), televizijski sadržaji (27,5%), roditelji (26,6%), partner/ica (24,3%), društvene mreže (19,7%) i reklamni sadržaji (15,6%). Rijetko su to prijatelji (34,9%), roditelji (28,9%), reklamni sadržaji (25,7%), televizijski sadržaji i društvene mreže (24,3%), te partner/ica (19,7%). Prema njihovim odgovorima, reklamni sadržaji (50,5%), zatim partner/ica (41,7%), roditelji i televizijski sadržaji (36,2%), društvene mreže (33,9%), prijatelji (26,6%) nikada ne utječu na njihovu sliku o vlastitom tijelu (vidi *Tablicu 14* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka).

Posljednja hipoteza (H4) pretpostavlja da su žene u Splitu više pod utjecajem društvenih mreža u odnosu na muškarce. Statističkim testom *Mann Whitney U* hipoteza je potvrđena. Pronađena je statistički značajna razlika u kategoriji društvenih mreža kao utjecaja na percepciju tijela mladih u Splitu (vidi prikaz 9).

**Tablični prikaz 9:** Razlika utjecaja između žena i muškaraca

	spol	N	mean rank
roditelji	ženski	135	114,79
	muški	83	100,90
U= 4889, Z= -1,655, p= 0,098			
prijatelji	ženski	135	109,61
	muški	83	109,33
U=5588, Z= -0,034, p= 0,973			
partner/ica	ženski	135	102,59
	muški	83	120,75
U=4669, Z= -2,173, p= 0,030			
televizijski sadržaji	ženski	135	113,51
	muški	83	102,98
U= 5061, Z= -1,251, p= 0,211			
reklamni sadržaji	ženski	135	116,73
	muški	83	97,74
U=4626, Z= -2,341, p= 0,019			
društvene mreže	ženski	135	118,84
	muški	83	94,31
U= 4341,5, Z= -2,894, p=0,004			

Propitujući malo dublje kako društvene mreže utječu kroz otvoreno pitanje uočavamo da u najvećim distribucijama mladi ističu da one na njih ne utječu (39,9%). Ipak, smatraju da društvene mreže prikazuju nerealna idealizirana tijela (27,1%) te ih dovode do uspoređivanja s standardima tjelesnog izgleda (13,8%) (vidi *Tablicu 15* u Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka). Iako je više sudionika napisalo da na njih društvene mreže ne utječu, često su povezani s kategorijom da prikazuju nerealna idealizirana tijela. Neki od takvih primjera su:

*„Na društvenim mrežama iskrivljena je slika o tijelu, pogotovo ženskom. Promovira nam se idealan izgled i obline koje se aplikacijski ili estetski doraduju servirajući nam iskrivljene ideale ljepote. Na mene direktno ne utječu, no svjesna sam da većini mladih cura stvore komplekse.“*

*„Na moje osobno i ne utječu previše jer sam svjesna svog izgleda i normalnog tijela, ali smatram da na mlade osobe koje još nisu oblikovane ne utječu dobro zbog nametanja savršenosti tijela koje zapravo nije tako.“*

*„Kao mlađoj osobi od 16 godine društvene mreže su utjecale na percepciju izgleda, ali u kasnijem odrastanju nemaju utjecaj zbog shvaćanja da na društvenim mrežama je „pravilo“ da sve bude „savršeno“.“*

Kod pojedinih mladih koji se uspoređuju s tjelesnim izgledom prikazanim na društvenim mrežama kao onim ideliziranim uočavaju se i određene nesigurnosti i manjak samopouzdanja:

*„Pored toliko sadržaja ljudi koji nekakve ekstreme predstavljaju savršenim, osjećam se nedovoljno dobar.“*

*„Nekad daju manjak samopouzdanja radi previše idealnog izgleda.“*

*„Daju mi dojam da su svi drugi ljepši i utreniraniji od mene.“*

*„Nije me puno briga, ali ima dana kad me potjeraju u debru.“*

*„Izgledam si debelo kad se usporedim.“*

*„Ljubomoran san na bolje od sebe.“*

*„Nabijaju mi komplekse.“*

*„Na društvenim mrežama sam već od 13 godine tako da znam da sve što vidim nije uvijek tako, ali opet se osjećam jako nesigurno kada vidim one inst modele...Znam da društvene mreže grozno utječu na mene, sve više ... primjećujem svoje mane.“*

## 5. Rasprava i zaključak

Prema rezultatima ovog istraživanja mladi vlastiti tjelesnih izgled smatraju važnim, dok je oko polovice njih njime donekle zadovoljno. Muškarci su pak zadovoljni vlastitim tjelesnim izgledom i učestalije se bave sportskim i fizičkim aktivnostima. S druge strane, žene su nezadovoljnije svojim oblikom tijela, težinom i fizičkom kondicijom od muškaraca. Jednako tako, žene u Splitu se češće uspoređuju s ostalima u svojoj okolini nego muškarci i češće pribjegavaju dijetama za mršavljenje i kozmetičkim tretmanima. Istraživanje od Al Sulaimia, Hutaglunga i Bin Syed Alia (2022) ističe važnost fizičke aktivnosti te pronalaze da su oni zadovoljniji percepcijom tijela fizički aktivniji. Prema istraživanju Bengs (2000) kod djevojčica i dječaka prisutno je veće nezadovoljstvo tijelom nego licem te da je nezadovoljstvo tjelesnim izgledom izraženije kod djevojčica. Slično tome, Venkat i Ogden (2002) ističu da su žene sklonije uspoređivanju i više pažnje posvećuju tjelesnom izgledu, što se objašnjava time da žene osjećaju veći pritisak po tom pitanju.

Iako se među odgovorima društvene mreže ne percipiraju toliko važnim utjecajima, otvoreno pitanje ukazuje da ih mladi ipak doživljavaju kao platforme na kojima se prikazuju nerealna idealizirana tijela, a s kojima se dio njih i uspoređuje. Rezultati su pokazati i da društvene mreže imaju više utjecaja na žene nego na muškarce. Autori Pop, Iorga, Sipos i Iurcov (2021) dolaze do rezultata prema kojima studenti smatraju da društvene mreže i objave nemaju utjecaja na njihovo zadovoljstvo vlastitim tijelom. S druge strane, Bessenoff (2006) ukazuje da izloženost sadržajima koji promoviraju vitko tijelo utječe na zabrinutost tjelesnim izgledom. Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić (2016) pokazali su da mediji i prikazivanje idealnih tijela potiče djevojčice na mršavljenje. Mladi u Splitu općenito smatraju da nisu pod utjecajem ni roditelja, rijetko prijatelja, partnera televizijskih ili reklamnih sadržaja. Ipak, na žene, osim društvenih mreža, više utječu roditelji, televizijski i reklamni sadržaji. Ata, Bryant Ludden i Lally (2007) ističu utjecaj i podršku obitelji i prijatelja na zadovoljstvo vlastitim tijelom te da su djevojke više pod utjecajem medija i time nezadovoljnije svojim tijelom. Rezultati istraživanja Tiggermann (2006) pokazuju utjecaj modnih časopisa na djevojčice i iako se nije pokazala povezanost utjecaja medija na percepcije tijelom to ne znači da je nema.

Jedno od ograničenja istraživanja je njegov uzorak koji je bio prigodni zbog čega se rezultati ne mogu generalizirati na populaciju mladih od 18 do 29 godina. Međutim, rezultati ukazuju na to da je mladima tjelesni izgled važan i da na njega utječu društvene mreže. Buduća

istraživanja bi se mogla fokusirati na društvene mreže i sadržaje te razlike među ranom i zrelijom mladosti.

## 6. LITERATURA:

1. Al Sulaimi, M.R.; Hutaglung, F.D.; Bin Syed Ali, S.K. (2022) The Mediating Effect of Physical Activity in the Relationship between Body Image and Life Satisfaction. *International Journal of Instruction*. 2(15):349-372.  
<https://eric.ed.gov/?id=EJ1341623>
2. Ata, R.N.; Bryant Ludden, A.; Lally, M.M. (2007) The Effects of Gender and Family, Friend, and Media Influences on Eating Behaviors and Body Image During Adolescence. *Journal of Youth and Adolescence* 36(8):1024-1037.  
DOI 10.1007/s10964-006-9159-x
3. Bengs, C. (2000) Looking good. A study of gendered body ideals among young people. *Doctoral Dissertation in Sociology at the Faculty of Social Sciences, Umeå University*.  
<https://www.divaportal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A616541&dsid=4305>  
(05.03.2024.)
4. Bessenoff, G.R. (2006) Can the Media Affect Us? Social Comparison, Self-Discrepancy, and the Thin Ideal. *Psychology of Women Quarterly*. 30(3):239-251.  
DOI:10.1111/j.1471-6402.2006.00292.x
5. Erceg Jugović, I.; Kuterovac Jagodić, G. (2016) Percepcija utjecaja medija na sliku tijela kod djevojaka i mladića u adolescenciji. *Medijska istraživanja: znanstveno- stručni časopis za novinarstvo i medije*. 22(1): 145-162.  
<https://hrcak.srce.hr/161258> (05.03.2024.)
6. Justino, M.I.C.; Enes, C.C.; Nucci, L.B. (2020) Self-perceived body image and body satisfaction of adolescents. *Revista Brasileira de Saude Materno Infantil*. 3(20):715-724.  
<https://doi.org/10.1590/1806-93042020000300004>
7. Meland, E.; Haugland, S.; Breidablik, H-J. (2007) Body image and perceived health in adolescence. *Health Education Research*. 3(22):342-350. DOI:10.1093/her/cyl085
8. Neagu, A.; Rainer, F.I. (2015) Body Image: A theoretical framework. *Anthropology*.  
[https://www.academia.edu/34888888/Body\\_Image\\_A\\_Theoretical\\_Framework](https://www.academia.edu/34888888/Body_Image_A_Theoretical_Framework) | Alexandra E Neagu - Academia.edu  
(05.03.2024.)
9. Pop, L-M.; Iorga, M.; Sipos, L-M.; Iurcov, R. (2021) Gender Differences in Healthy Lifestyle, Body Consciousness, and the Use of Social Networks among Medical Students. *Medicina*. 7(57):1-15.  
<https://doi.org/10.3390/medicina57070648>

10. Thompson, J.K.; Heinberg, L.J.; Atabe, M.; Tantleff-Dunn, S. (1999) Exacting beauty: Theory assessment, and treatment of body image disturbance. American Psychological Association.  
<https://doi.org/10.1037/10312-000>
11. Tiggemann, M. (2006) The role of media exposure in adolescent girls' body dissatisfaction and drive for thinness: prospective results. *Journal of Social and Clinical Psychology*. 25 (5): 523-541.  
[DOI:10.1521/JSCP.2006.25.5.523](https://doi.org/10.1521/JSCP.2006.25.5.523)
12. Venkat, R.; Ogden, H. (2002) Advertising-Induced Social Comparison and Body-Image Satisfaction: The Moderating Role of Gender, Self-Esteem and Locus of Control. *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. 1(15):51-67.  
<https://jcsdcb.com/index.php/JCSDCB/article/view/94>



## 13. Metodološka arhiva

### 13.1. Upitnik

Poštovani/a,

u svrhu izrade završnog rada na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta u Splitu provodim istraživanje o percepcijama tijela mladih u dobi od 18-29 godina. Vaše sudjelovanje je dobrovoljno i anonimno pa Vas molim za iskrenost prilikom popunjavanja upitnika.

Dobiveni istraživački rezultati prezentirat će se na javnoj obrani završnog rada.

Zahvaljujem Vam na suradnji!

Spol:

- 1) ženski
- 2) muški

Dob: \_\_\_\_\_

Radni status:

- 1) zaposlen/a sam
- 2) studiram
- 3) zaposlen/a sam i studiram
- 4) nezaposlen/a

Stupanj obrazovanja:

- 1) srednja škola
- 2) preddiplomski ili diplomski sveučilišni studij
- 3) preddiplomski ili specijalistički diplomski stručni studij
- 4) doktorski studij

S kim živite?

- 1) sam/a
- 2) s roditeljima/skrbnicima
- 3) s cimerom/cimericom
- 4) s partnerom/icom

Pridajete li važnost:	ne (1)	donekle (2)	da (3)
vašem tjelesnom izgledu			
tjelesnom izgledu drugih			

Jeste li zadovoljni vlastitim tjelesnim izgledom?

- 1) ne
- 2) donekle
- 3) da

Koliko često vlastiti tjelesni izgled uspoređujete s ostalima u svojoj okolini?

- 1) nikad
- 2) rijetko
- 3) ponekad
- 4) često

Jeste li zadovoljni:	ne (1)	donekle (2)	da (3)
oblikom tijela			
težinom			
visinom			
izgledom lica			
kosom			
fizičkom kondicijom			

Koliko često pribjegavate:	nikad (1)	rijetko (2)	ponekad (3)	često (4)
dijetama za mršavljenje				
sportskim aktivnostima				
fizičkim aktivnostima				
kozmetičkim tretmanima				
estetskim korekcijama				

Zbog čega pribjegavate prethodnim aktivnostima (dijetama za mršavljenje, sportskim aktivnostima, fizičkim aktivnostima, kozmetičkim tretmanima, estetskim korekcijama)?	nikad (1)	rijetko (2)	ponekad (3)	često (4)
zdravlja				
izgleda				
osjećaja zadovoljstva				

Kakvim procjenjujete vlastito:	lošim (1)	osrednjim (2)	odličnim (3)
fizičko zdravlje			
mentalno zdravlje			

Koliko često na Vašu sliku o tjelesnom izgledu utječu:	nikad (1)	rijetko (2)	ponekad (3)	često (4)
roditelji				
prijatelji				
partener/ica				
televizijski sadržaji (filmovi, serije)				
reklamni sadržaji				
društvene mreže (Instagram, TikTok, Facebook...)				

Na koji način društvene mreže utječu na Vaše percepcije tjelesnog izgleda, molim da malo pojasnite?

---

Kada se osjećate najzadovoljnije u vlastitom tijelu?

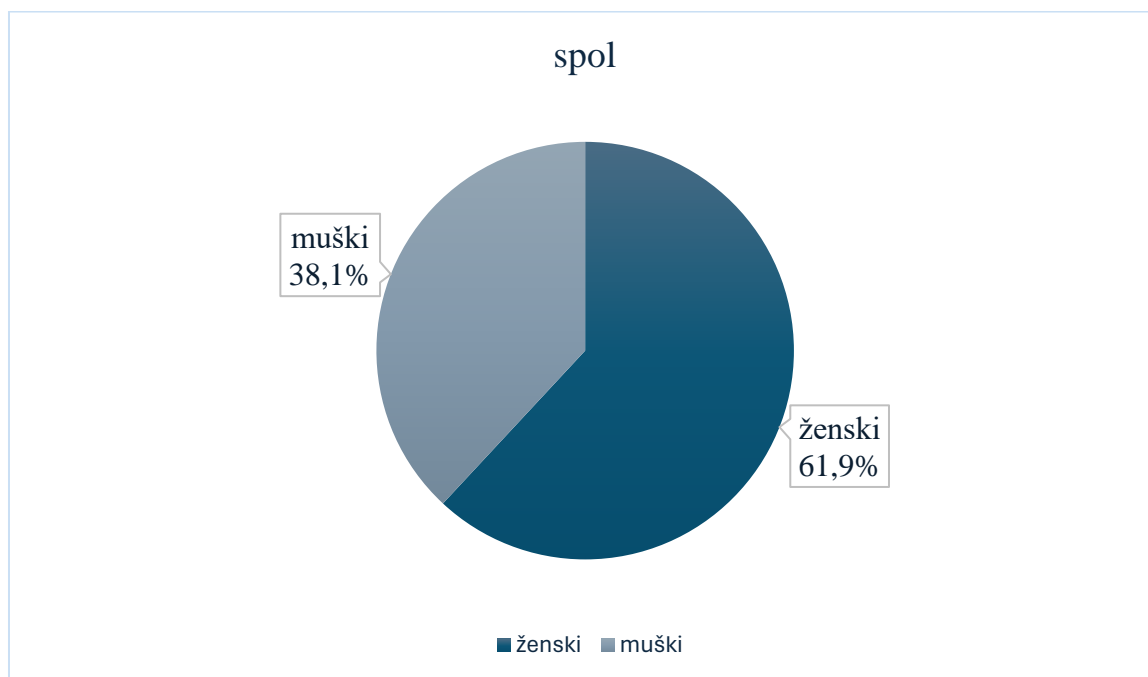
---

### 13.2. Tablični i grafički prikazi empirijskih podataka

Tablica 1: Spol sudionika

	f	%
ženski	135	61,9
muški	83	38,1
Ukupno	218	100

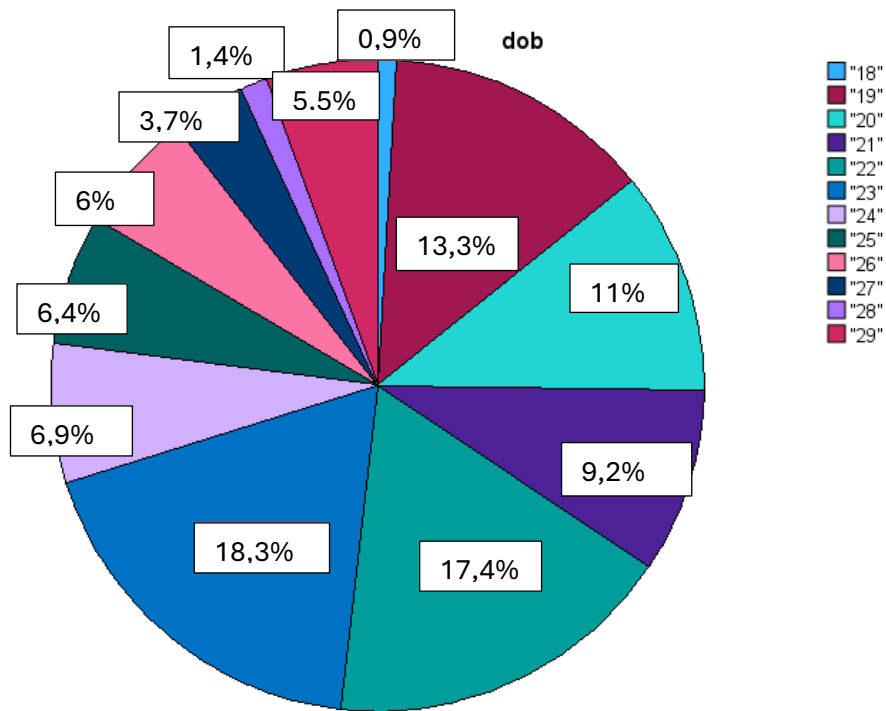
Grafički prikaz 1: Spol sudionika



Tablica 2: Dob sudionika

	f	%
18	2	0,9
19	29	13,3
20	24	11
21	20	9,2
22	38	17,4
23	40	18,3
24	15	6,9
25	14	6,4
26	13	6
27	8	3,7
28	3	1,4
29	12	5,5
Ukupno	218	100

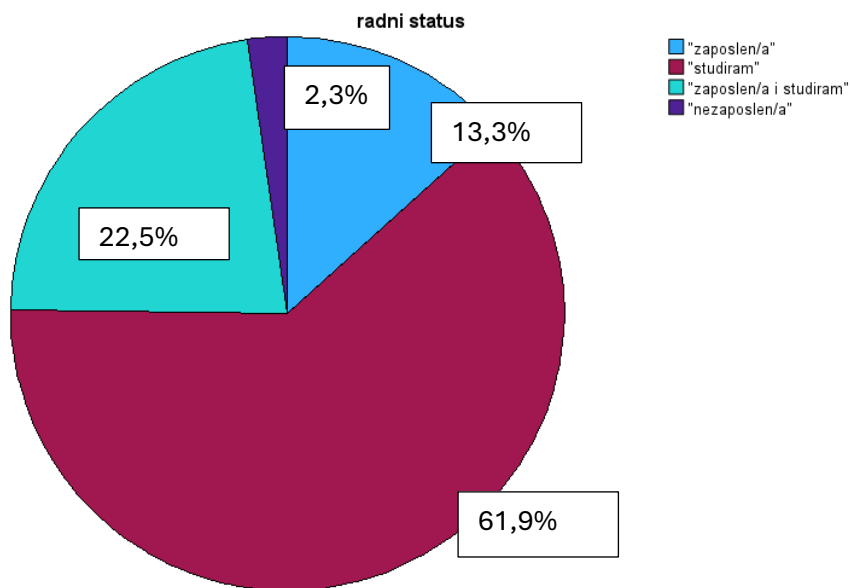
Grafički prikaz 2: Dob sudionika



Tablica 3: Radni status sudionika

	f	%
zaposlen/a	29	13,3
studiram	135	61,9
zaposlen/a i studiram	49	22,5
nezaposlen/a	5	2,3
Ukupno	218	100

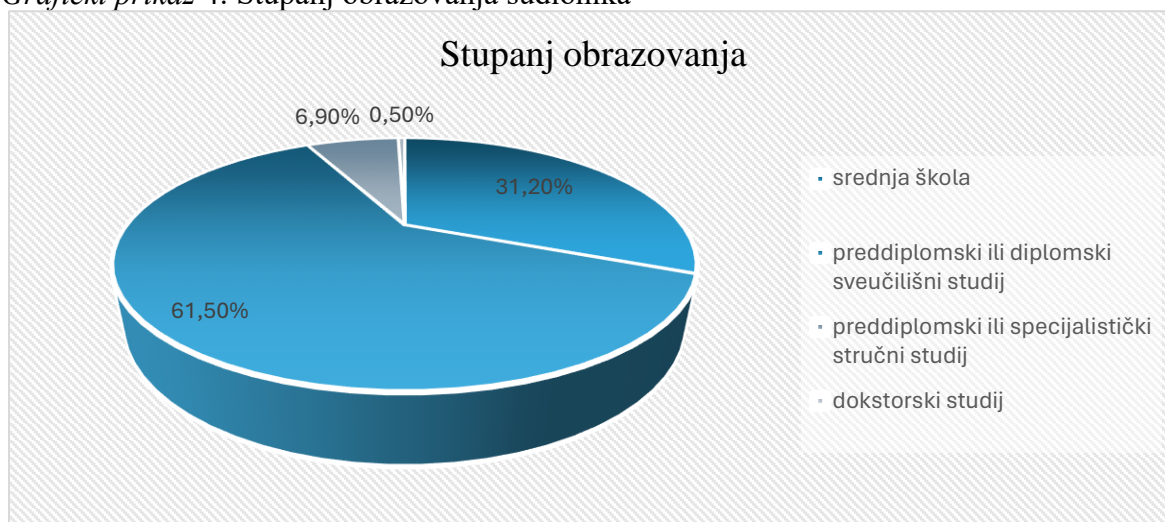
Grafički prikaz 3: Radni status sudionika



Tablica 4: Stupanj obrazovanja sudionika

	f	%
srednja škola	68	31,2
preddiplomski ili diplomski sveučilišni studij	134	61,5
preddiplomski ili specijalistički diplomski stručni studij	15	6,9
doktorski studij	1	0,5
Ukupno	218	100

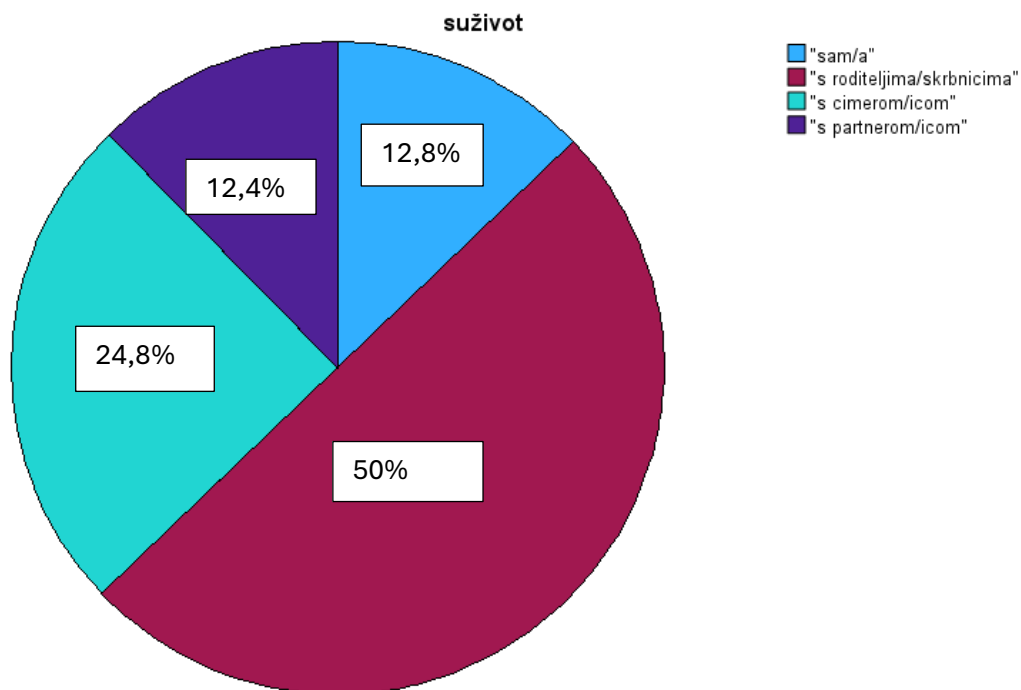
Grafički prikaz 4: Stupanj obrazovanja sudionika



Tablica 5: Suživot

	f	%
sam/a	28	12,8
s roditeljima/skrbnicima	109	50
s cimerom/icom	54	24,8
s partnerom/icom	27	12,4
Ukupno	218	100

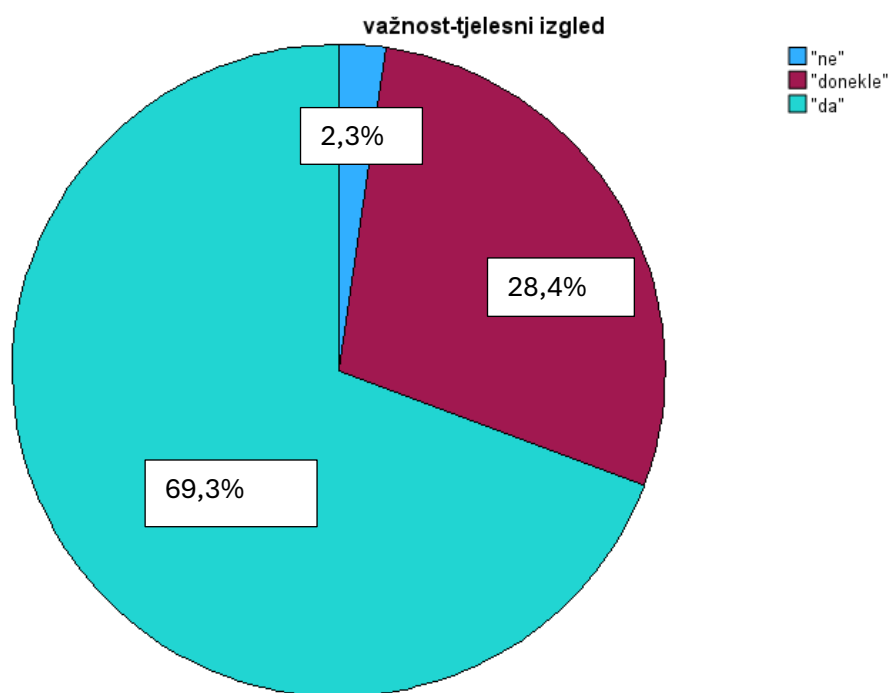
Grafički prikaz 5: Suživot



Tablica 6: Važnost tjelesnog izgleda

	f	%
ne	5	2,3
donekle	62	28,4
da	151	69,3
ukupno	218	100

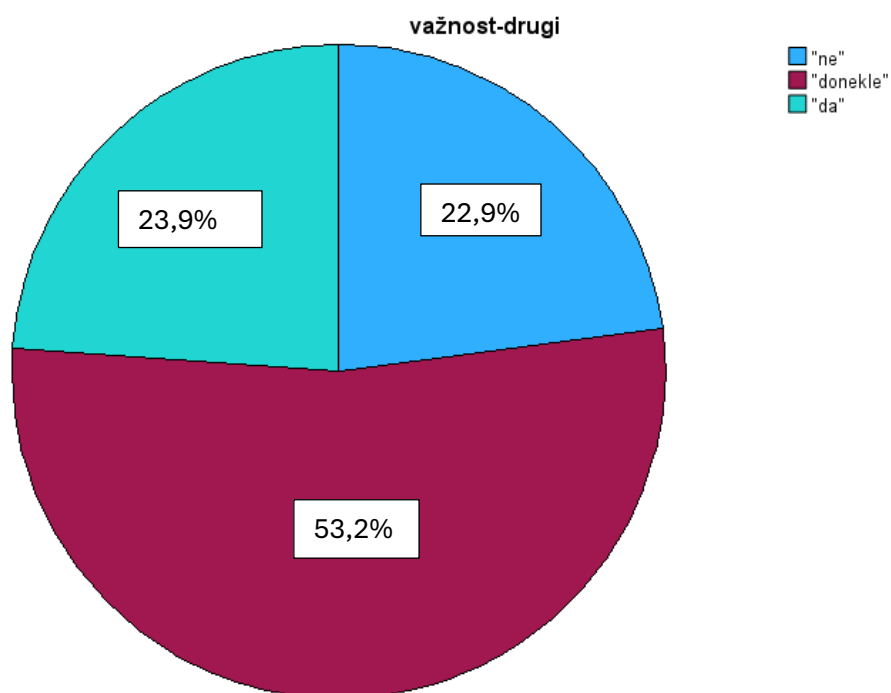
Grafički prikaz 6: Važnost tjelesnog izgleda



Tablica 7: Važnost tjelesnog izgleda drugih

	f	%
ne	50	22,9
donekle	116	53,2
da	52	23,9
ukupno	218	100

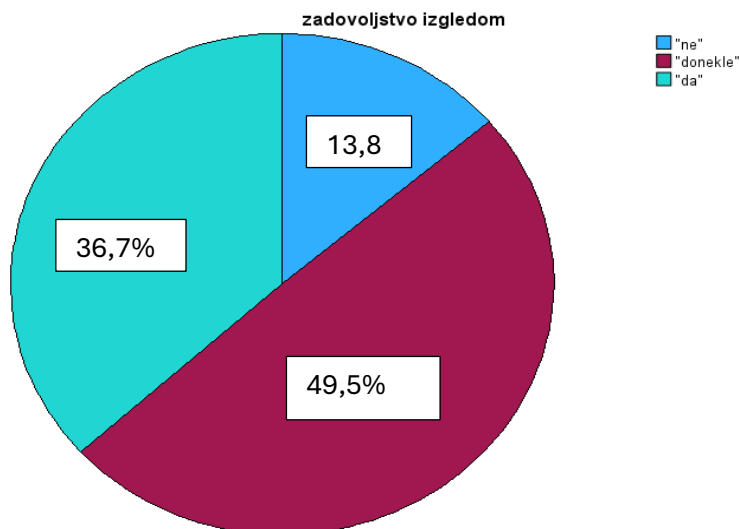
Grafički prikaz 7: Važnost tjelesnog izgleda drugih



Tablica 8: Zadovoljstvo tjelesnim izgledom

	f	%
ne	30	13,8
donekle	108	49,5
da	80	36,7
Ukupno	218	100

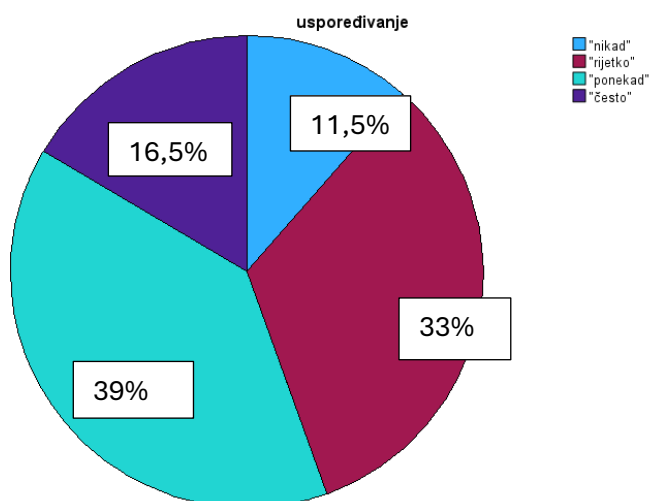
Grafički prikaz 8: Zadovoljstvo tjelesnim izgledom



Tablica 19: Uspoređivanje tjelesnog izgleda s okolinom

	f	%
nikad	25	11,5
rijetko	72	33
ponekad	85	39
često	36	16,5
Ukupno	218	100

Grafički prikaz 9: Uspoređivanje tjelesnog izgleda s okolinom

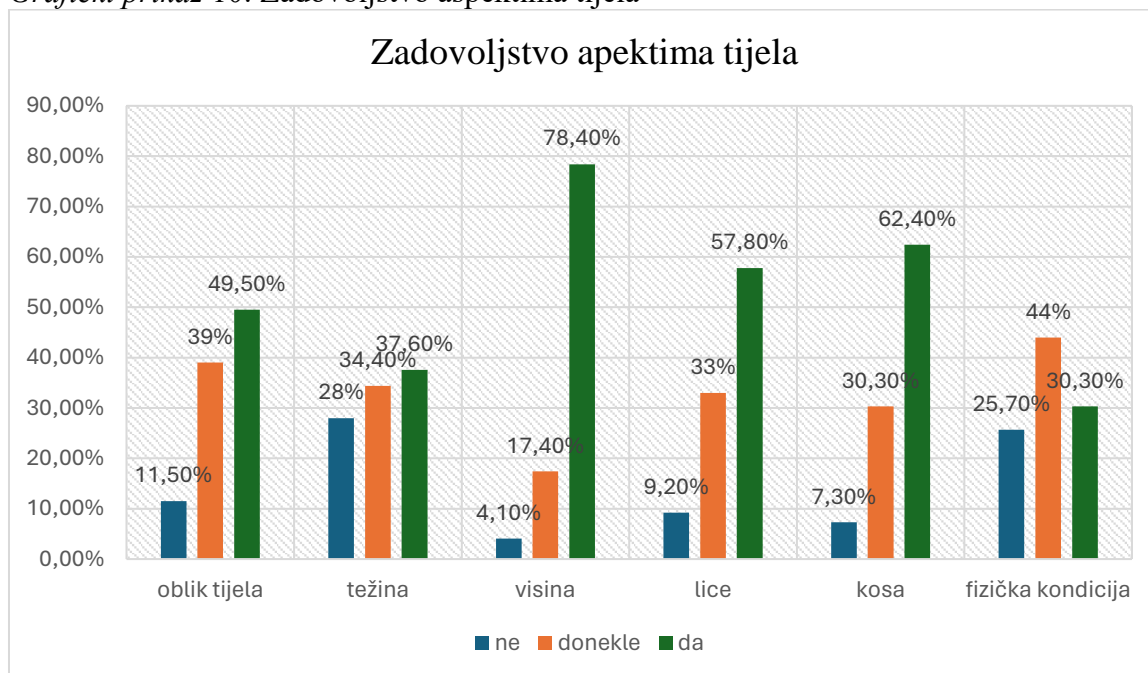




Tablica 10: Zadovoljstvo aspektima tijela

	f	%	f	%	f	%
	ne		donekle		da	
oblikom tijela	25	11,5	85	39	108	49,5
težinom	61	28	75	34,4	82	37,6
visinom	9	4,1	38	17,4	171	78,4
licem	20	9,2	72	33	126	57,8
kosom	16	7,3	66	30,3	136	62,4
fizičkom kondicijom	56	25,7	96	44	66	30,3

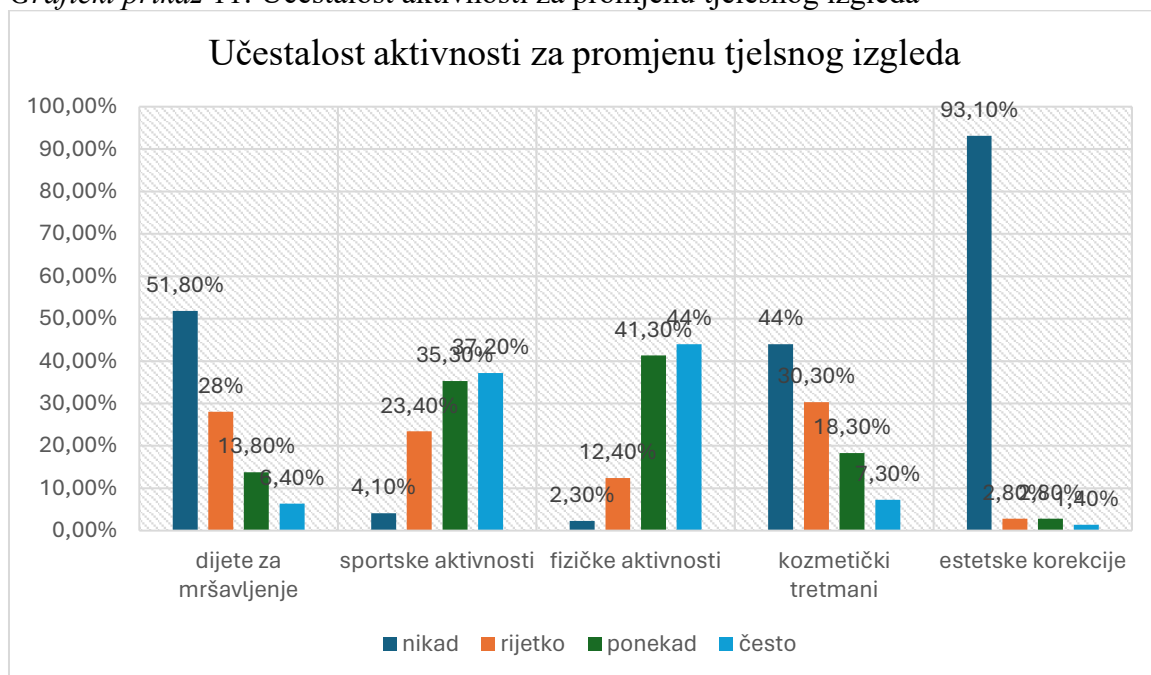
Grafički prikaz 10: Zadovoljstvo aspektima tijela



Tablica 11: Učestalost aktivnosti za promjenu tjelesnog izgleda

	f	%	f	%	f	%	f	%
	nikad		rijetko		ponekad		Često	
dijete za mršavljenje	113	51,8	61	28	30	13,8	14	6,4
sportske aktivnosti	9	4,1	51	23,4	77	35,3	81	37,2
fizičke aktivnosti	5	2,3	27	12,4	90	41,3	96	44
kozmetički tretmani	96	44	66	30,3	40	18,3	16	7,3
estetske korekcije	203	93,1	6	2,8	6	2,8	3	1,4

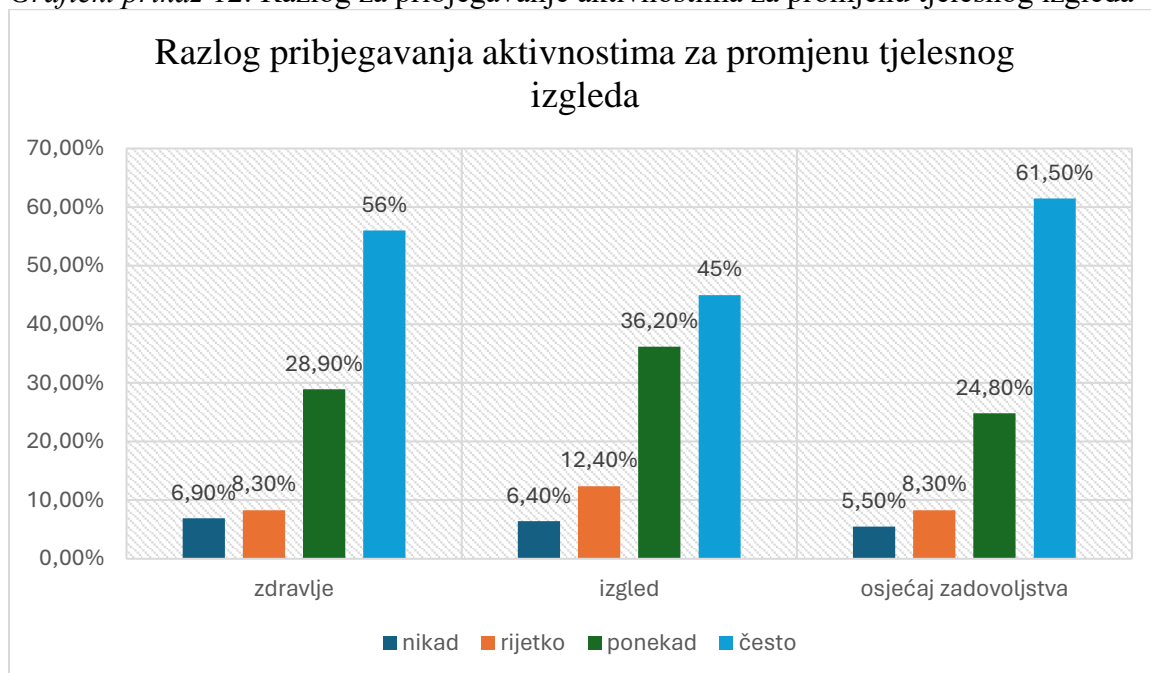
Grafički prikaz 11: Učestalost aktivnosti za promjenu tjelesnog izgleda



Tablica 12: Razlog pribjegavanja aktivnostima za promjenu tjelesnog izgleda

	f	%	f	%	f	%	f	%
	nikad		rijetko		ponekad		Često	
zdravlje	15	6,9	18	8,3	63	28,9	122	56
izgled	14	6,4	27	12,4	79	36,2	98	45
osjećaj zadovoljstva	12	5,5	18	8,3	54	24,8	134	61,5

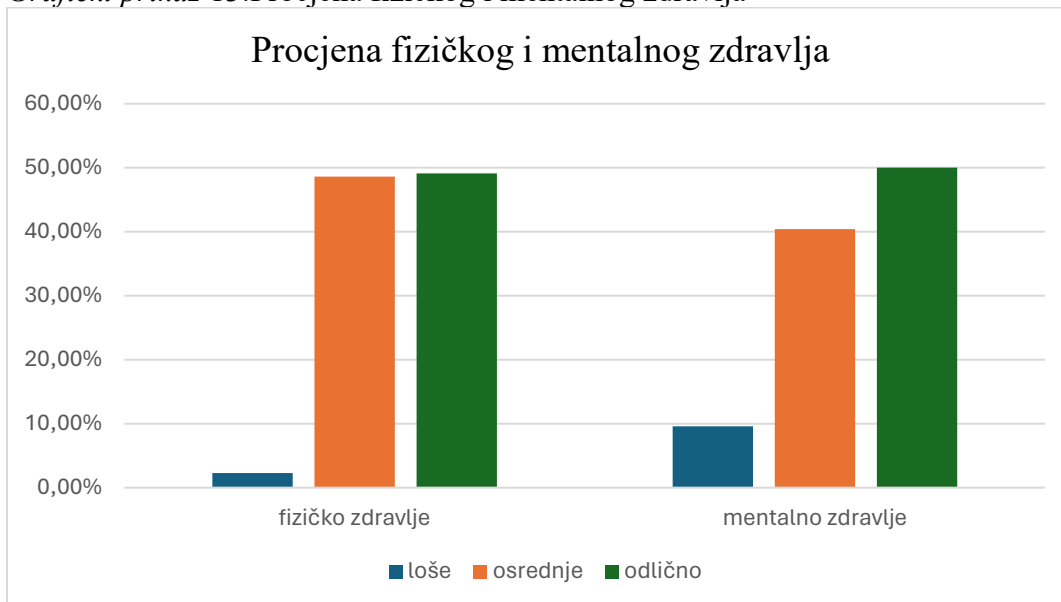
Grafički prikaz 12: Razlog za pribjegavanje aktivnostima za promjenu tjelesnog izgleda



Tablica 13: procjena fizičkog i mentalnog zdravlja

	f	%	f	%	f	%
	loše		osrednje		Odlično	
fizičko zdravlje	5	2,3	106	48,6	107	49,1
mentalno zdravlje	21	9,6	88	40,4	109	50

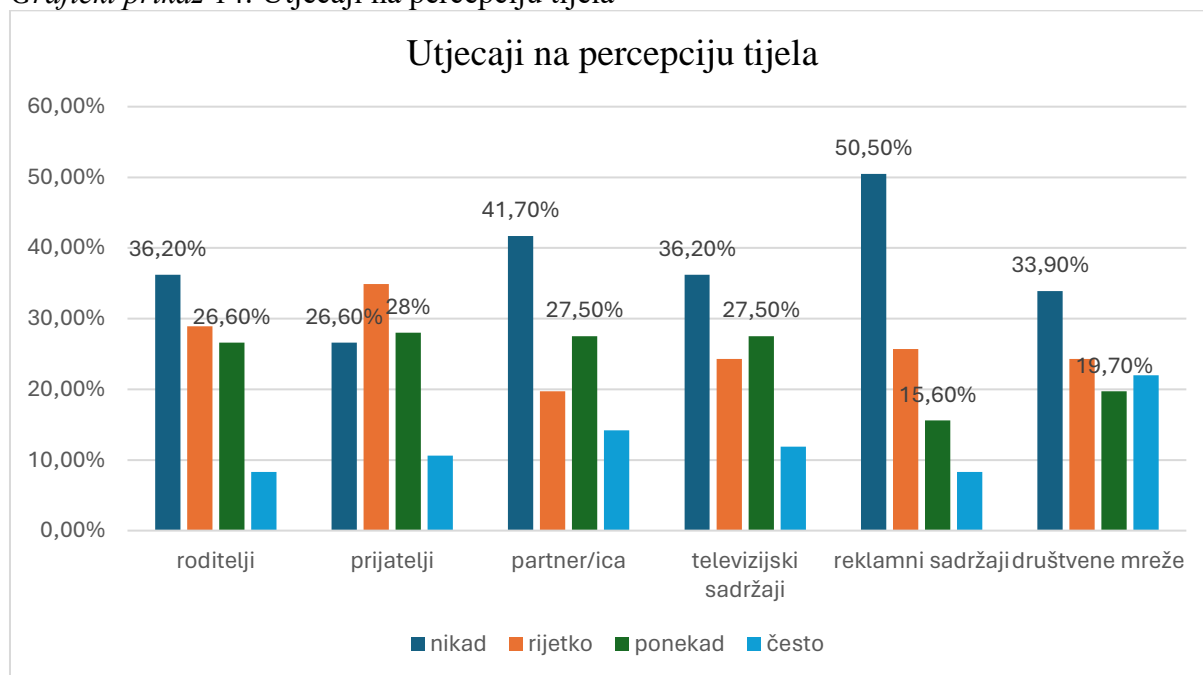
Grafički prikaz 13: Procjena fizičkog i mentalnog zdravlja



Tablica 14: Utjecaji na percepciju tijela

	f	%	f	%	f	%	f	%
	nikad		rijetko		ponekad		često	
roditelji	79	36,2	63	28,9	58	26,6	18	8,3
prijatelji	58	26,6	76	34,9	61	28	23	10,6
partner/ica	91	41,7	43	19,7	53	24,3	31	14,2
televizijski sadržaji	79	36,2	53	24,3	60	27,5	26	11,9
reklamni sadržaji	110	50,5	56	25,7	34	15,6	18	8,3
društvene mreže	74	33,9	53	24,3	43	19,7	48	22

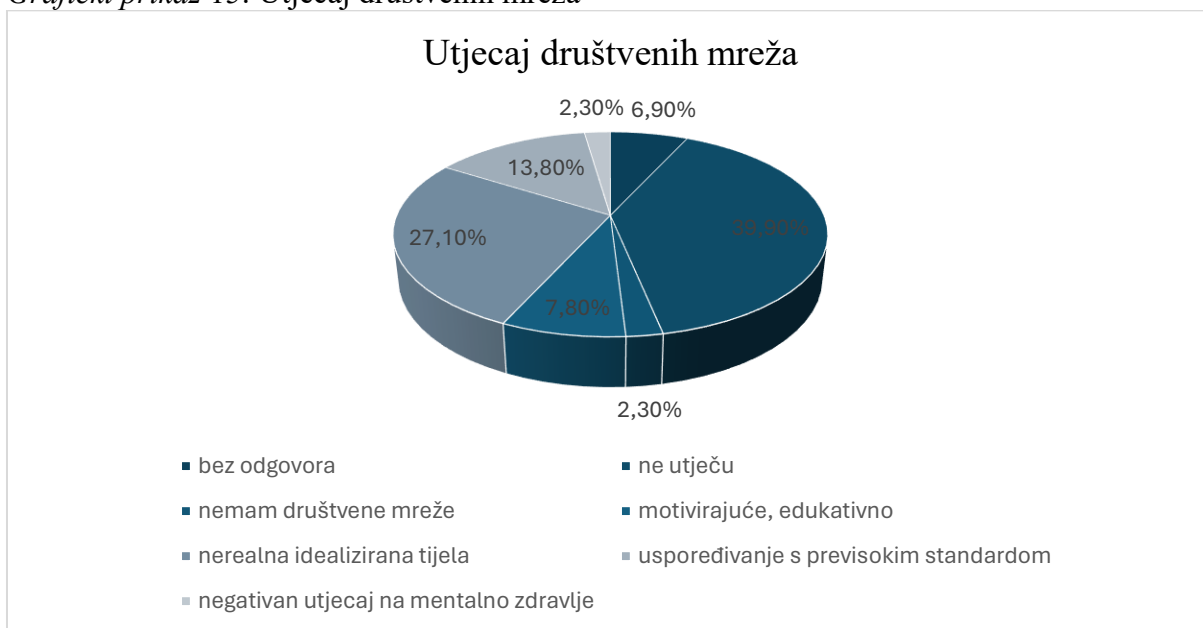
Grafički prikaz 14: Utjecaji na percepciju tijela



Tablica 15: Utjecaj društvenih mreža

	f	%
bez odgovora	15	6,9
ne utječu	87	39,9
nemam društvene mreže	5	2,3
motivirajuće, edukativno	17	7,8
nerealna idealizirana tijela	59	27,1
uspoređivanje s previsokim standardom	30	13,8
negativan utjecaj na mentalno zdravlje	5	2,3
<b>Ukupno</b>	<b>218</b>	<b>100</b>

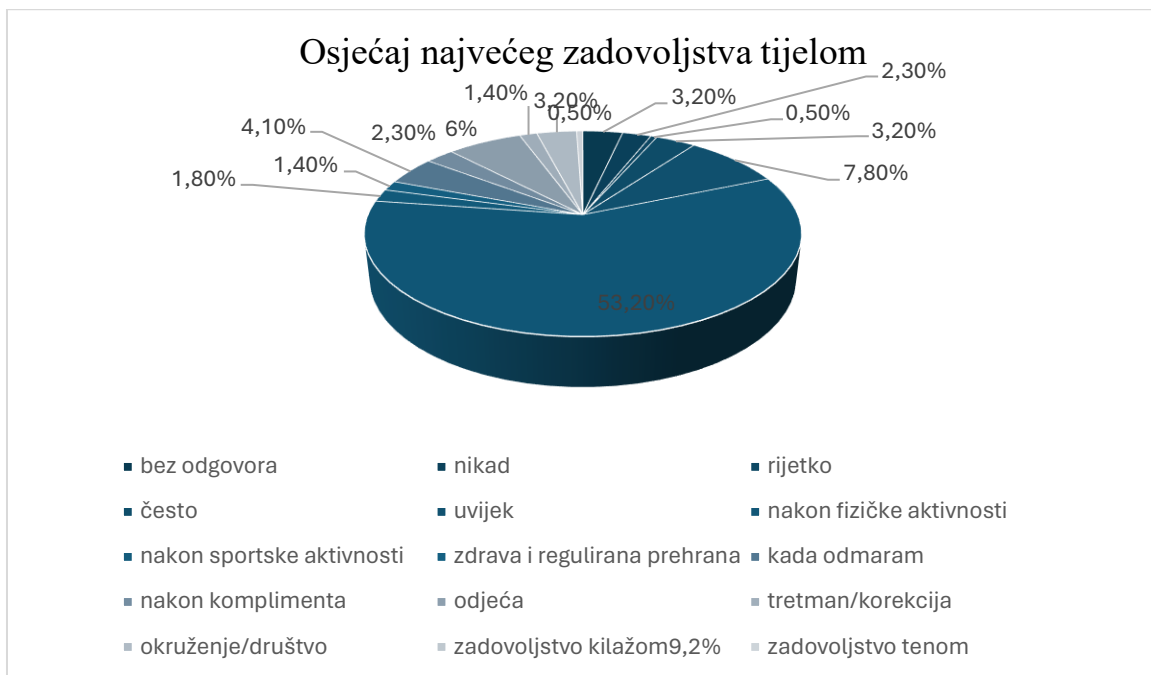
Grafički prikaz 15: Utjecaj društvenih mreža



Tablica 16: Osjećaj najvećeg zadovoljstva tijelom

	f	%
bez odgovora	7	3,2
nikad	5	2,3
rijetko	1	0,5%
često	7	3,2
uvijek	17	7,8
nakon fizičke aktivnosti	116	53,2
nakon sportske aktivnosti	4	1,8
zdrava i regulirana prehrana	3	1,4
kada odmaram	9	4,1
nakon komplimenta	5	2,3
odjeća	13	6
tretman/korekcija	3	1,4
okruženje/društvo	7	3,2
zadovoljstvo kilažom	20	9,2
zadovoljstvo tenom	1	0,5
Ukupno	218	100

Grafički prikaz 16: Osjećaj najvećeg zadovoljstva tijelom



## Sažetak

Percepcija tijela je multidimenzionalan koncept koji obuhvaća kako se vlastito tijelo doživljava, koje su misli uz njega asocirane i osjećaje vezane uz njega. On je isto tako i subjektivan, ovisi od pojedinca do pojedinca kako percipira vlastito tijelo ovisno o osobnim iskustvima i utjecajima. Također je i dinamična, svakodnevno sklona promjeni. Ta promjena može biti povezana bilo kojim utjecajem kojeg pojedinac može smatrati relevantnim i isto tako kakvu mu poruku taj utjecaj šalje, ili pak neizbježna promjena prelaskom iz mlade u zrelu dob. Društvene mreže trenutno imaju primat nad utjecajem skupine mladih i kako oni percipiraju vlastito tijelo.

Ovo istraživanje provedeno je u ožujku 2024. godine na prigodnom uzorku 218 mladih u Splitu. U cilju je imalo ispitati percepcije tijela mladih; smatraju li tjelesni izgled važnim, jesu li zadovoljni svojim izgledom i što smatraju najvećim utjecajem na svoju percepciju. Mladi u Splitu koji su sudjelovali u ovom istraživanju smatraju tjelesni izgled važnim, te su njime donekle zadovoljni. Kako bi poboljšali svoj osjećaj zadovoljstva najčešće se bave nekim oblikom fizičke aktivnosti. Iako se pokazalo da se mladi u Splitu slažu da društvene mreže nameću idealizirane standarde koji nisu realni, ipak najviše utjecaja imaju na njih. Također, uočene su razlike između žena i muškaraca kod zadovoljstva tijelom, pribjegavanju aktivnostima kako bi poboljšali svoj fizički izgled i kod utjecaja društvenih mreža. Statistički test je pokazao da su žene manje zadovoljne svojim tjelesnim izgledom, da češće pribjegavaju aktivnostima kako bi ga poboljšale i da su više pod utjecajem društvenih mreža od muškaraca.

## Summary

Body perception is a multidimensional concept that includes how one's own body is perceived, what thoughts are associated with it and feeling related to it. It is also subjective, it depends on the individual, how he perceives his own body depending on personal experiences and influences. It is also dynamic, prone to change every day. This change can be related to any influence that an individual can consider relevant and also what message that influence sends to him, or an inevitable change due to the transition from youth to adulthood. Social media currently have primacy over the influence of a group of young people and how they perceive their own body.

This research was conducted in March 2024 on a convenient sample of 218 young people in Split. The aim was to examine the body perceptions of young people; whether they consider physical appearance important, whether they are satisfied with their appearance and what they consider to have the greatest influence on their perception. Young people in Split who participated in this research consider physical appearance to be important, and are somewhat satisfied with it. In order to improve their sense of satisfaction, they usually engage in some form of physical activity. Although it turned out that young people in Split agree that social media impose idealized standards that are not realistic, they still have the most influence on them. Also, gender differences were observed in body satisfaction, in resorting to activities to improve one's physical appearance, and in the influence of social media. Statistical test conducted showed that women are less satisfied with their physical appearance, that they more often resort to activities to improve it and that they are more influenced by social media than man.



## **Bilješka o autorici**

Lea Baras rođena je 16.09.1998. u Splitu gdje je završila osnovnu školu i Školu za dizajn, grafiku i održivu gradnju. Studij jednopredmetne sociologije istraživačkog smjera upisuje 2018. godine na Filozofskom fakultetu u Splitu. Veliki interes pokazuje za postmodernizam kao razdobljem multidimenzionalnosti i dinamičnosti. Percepcija tijela kao upravo takav koncept okupila je njenu pažnju i inspirirala je za temu ovog završnog rada.

Email: [lbaras@ffst.hr](mailto:lbaras@ffst.hr); [baraslea00@gmail.com](mailto:baraslea00@gmail.com)

**Izjava o pohrani i objavi ocjenskog rada**  
**(završnog/diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada - podcrtajte odgovarajuće)**

Student/ica: Lea Baras

Naslov rada: Sociološko istraživanje percepcija  
tijela među mladima u Splitu

Znanstveno područje i polje: Sociologija

Vrsta rada: završni rad

Mentor/ica rada (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):  
izv. prof. dr. sc. Marija Lončar

Komentor/ica rada (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):  
—

Članovi povjerenstva (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):  
izv. prof. dr. sc. Zorana Šuljug Vučica  
izv. prof. dr. sc. Ivanka Buzov

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/autorica predanog ocjenskog rada (završnog/diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada - zaokružite odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uređenog rada.

Kao autor izjavljujem da se slažem da se moj ocjenski rad, bez naknade, trajno javno objavi u otvorenom pristupu u Digitalnom repozitoriju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu i repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (NN br. 119/22).

Split, 28. ožujka 2024. godine

Potpis studenta/studentice: Lea Baras

Napomena:

U slučaju potrebe ograničavanja pristupa ocjenskom radu sukladno odredbama Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima (111/21), podnosi se obrazloženi zahtjev dekanici Filozofskog fakulteta u Splitu.

SVEUČILIŠTE U SPLITU  
FILOZOFSKI FAKULTET

**IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

kojom ja Lea Baras, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja sveučilišnog/e prvostupnika/ce sociologije, izjavljujem da je ovaj završni rad rezultat isključivo mogega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 28. ožujka 2024. godine

Potpis Lea Baras