

PERCEPCIJE TJELESNOG IZGLEDA U DOBA COVID-19: PRIMJENA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA

Čular, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:462012>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-28**

Repository / Repozitorij:

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



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**PERCEPCIJE TJELESNOG IZGLEDA U DOBA COVID-19:
PRIMJENA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA**

MATEA ČULAR

Split, 2022.

**ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU
JEDNOPREDMETNI STUDIJ SOCIOLOGIJE
POSTMODERNIZAM KAO SOCIOLOŠKA TEORIJA**

ZAVRŠNI RAD

**PERCEPCIJE TJELESNOG IZGLEDA U DOBA COVID-19:
PRIMJENA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA**

MENTORICA:

izv. prof. dr. sc. Marija Lončar

STUDENTICA:

Matea Čular

Split, rujan 2022.

SADRŽAJ:

UVOD	4
1. TJELESNI IZGLED.....	6
1.1. Postmodernizam i sociološki interes za fenomen tjelesnog izgleda.....	6
1.2. Idealan” tjelesni izgled i njegove karakteristike	11
1.3. Objektivizacija	16
2. PANDEMIJA COVID-19	21
2.1. Razvoj pandemije, uvođenje <i>lockdowna</i> i svakodnevni život.....	21
2.2. Utjecaj <i>lockdowna</i> na tjelesni izgled	23
3. METODOLOŠKI ASPEKTI ISTRAŽIVANJA	27
4. EMPIRIJSKI ASPEKTI ISTRAŽIVANJA	30
4.1. Strukturalna obilježja.....	30
4.2. Tjelesni izgled.....	31
4.2.1. Objektivizacija	31
4.2.2. Pogled na vlastiti tjelesni izgled.....	31
4.2.3. Uloga društvenih mreža u odnosu prema tijelu	33
4.3. Pandemija	34
4.3.1. Percepcije restriktivnih mjera.....	34
4.3.2. Načini održavanja tjelesnog izgleda	34
5. RASPRAVA I ZAKLJUČAK	36
6. LITERATURA	38
7. METODOLOŠKA I EMPIRIJSKA ARHIVA	43
7.1. Anketni upitnik korišten u istraživanju	43
7.2. Protokol korišten u istraživanju	45
7.3. Grafički i tablični prikazi rezultata istraživanja	47
SAŽETAK	65
SUMMARY	66
BILJEŠKE O AUTORICI	67

UVOD

Izbijanje pandemije COVID-19 krajem 2019. te početkom 2020. godine u svijetu je odjeknulo kao bomba. Kada je prvotno izišla vijest o opasnom i nepoznatom virusu koji se pojavio na tržnicama grada Wuhana u Kini, reporteri su svakoga trenutka izvještavali o novim promjenama i tijeku cijele situacije. Brzo širenje dotad nepoznatog virusa je u društvima unijelo svojedobnu paniku i strah što je pak neminovno dovelo do posljedica koje su se očitale u svim životnim aspektima pojedinaca. Osim odnosa prema drugima, meta promjena uzrokovanim novonastalom situacijom bili su i odnosi koje imamo prema sebi. U navedenom prvenstveno govorimo o tjelesnom izgledu; točnije o načinima percipiranja vlastitog tjelesnog izgleda te ophođenja prema istom. Tjelesni izgled igra izuzetno relevantnu ulogu u današnjem društvu čije se vrijednosti temelje na površinskim značenjima i privlačnosti estetike. Tako se radi postizanja aktualnih estetskih ideala pojedinci podvrgavaju raznim načinima promjene svog tjelesnog izgleda, pri čemu je vidljiv efekt „kopiranja“ ili preuzimanja poželjnih tjelesnih karakteristika. Potonje možemo povezati s Jamesonom koji diskutira o fragmentiranosti te nedostatku jedinstvenosti koji proizlaze iz takozvane kulture pastiša gdje ponavljanje starijih stilova postaje stil sam po sebi i gdje nema „originala“ ili „prototipa“ (Jameson, 1991). Kulturu pastiša možemo u posljednjih nekoliko godina pronaći upravo kod koncepta tjelesnog izgleda. Trendovi koji kruže putem umreženih društvenih kanala postavljaju kriterij prema kojem percipiramo naš tjelesni izgled te mu dajemo značenje. Skoro trogodišnje trajanje pandemije je na brojne načine rezultiralo itekako vidljivim posljedicama na život građana što se može uočiti u različitim provedenim istraživanjima. Đogaš i suradnici su, ispitujući načine ponašanja ljudi tijekom pandemije, došli do rezultata vidljivih promjena u konzumaciji cigareta i alkohola, ali i onih u vidu tjelovježbe te dobivanja kilograma kod muškaraca i žena (Đogaš i dr., 2020). Slično tomu, istraživanje o slici tijela, fotografiji sebe te korištenju društvenih mreža za vrijeme pandemije COVID-19 je pokazalo da su se žene tijekom pandemije više usmjeravale na strategije mršavljenja za razliku od muškaraca (Režić, 2020). Pod okriljem navedenih rezultata, možemo pretpostaviti da je pandemijsko vrijeme ostavilo traga na *body image* odnosno način kojim vidimo sami sebe (Režić, 2020).

Uzimajući u obzir prvenstveno zanimljivost mogućeg utjecaja pandemije na tjelesni izgled, ali i nedostatak istraživanja istog, ovaj se završni rad fokusirao na istraživanje percepcija tjelesnog izgleda u doba COVID-19 pandemije. Opći cilj rada je bio ispitati percepcije mladih u Splitu o tjelesnom izgledu za vrijeme pandemije. Shodno tomu, definirani su i posebni ciljevi kojima se ispitalo zadovoljstvo mladih tjelesnim izgledom, utjecaj

pandemije na odnos prema tjelesnom izgledu i njegovo održavanje tijekom pandemije te uloga društvenih mreža. Postavljene su hipoteze s obzirom na razlike između mladih SPLICANA i SPLICANKI u kontekstu odnosa prema vlastitom tijelu. Istraživanje je kvantitativne prirode te je provedeno uz pomoć online upitnika na uzorku od 386 mladih muškaraca i žena grada Splita. *Prvo poglavlje* diskutira o postmodernizmu i sociološkom interesu za fenomen tjelesnog izgleda; o karakteristikama idealnog tjelesnog izgleda odnosno kako su se one mijenjale kroz povijest te naposljetku o stalno prisutnoj problematici koja se veže uz tjelesni izgled – objektivizaciji. *Drugo se poglavlje* odnosi na razvoju pandemije, uvođenju *lockdowna* te odvijanju svakodnevnog života u nastalim uvjetima. Ovdje ćemo također vidjeti kakav je i koliki utjecaj pandemija imala na *body image* to jest u okviru kojih promjena se tjelesni izgled prilagođavao. *Treće poglavlje* prikazuje metodološke aspekte istraživanja odnosno postavljene ciljeve, hipoteze, uzorak te operacionalnu i konceptualnu shemu. *Četvrto poglavlje* obuhvaća empirijske aspekte koje čine interpretacija rezultata i rasprava. U *petom poglavlju* se nalazi rasprava i zaključak u kojem su rezimirane sve ključne teze rada. *Šesto poglavlje* prikazuje popis korištene literature, a *sedmo poglavlje* pruža uvid u metodološku i empirijsku arhivu (mjerni instrument, protokol te tablični i grafički prikazi). Na samom kraju rada se nalaze sažetak (hrvatski i engleski) te bilješke o autorici.

1. TJELESNI IZGLED

1.1. Postmodernizam i sociološki interes za fenomen tjelesnog izgleda

Tijelo i tjelesni izgled su oduvijek bili interesna sfera brojnih socioloških promišljanja. Jedan od razloga za navedeno jest dualnost čovjekove biti koja se povijesno promatrala kao sinergija čovjekova duha i tijela gdje je čovjekov duh bio taj koji je imao dominantniju ulogu, dok se tijelo promatralo kao manje vrijedno. Antička i rana filozofija marginalizirale su utjecaj i važnost tijela navodeći da je za istinsku čovjekovu sreću zaslužna njegova duša, dok od 19. stoljeća tijelo počinje intrigirati znanstvenike i mislioce u raznim disciplinama (Adamović i Maskalan, 2011: 51). Spomenuti se interes prvenstveno razvio u antropologiji gdje se antropometrija kao metoda mjerenja, uspoređivanja i klasificiranja tijela te tjelesnih karakteristika posebno isticala (Friedman prema Adamović i Maskalan, 2011: 51). Interes za pomnije istraživanje tijela je bio potaknut dvama društveno relevantnim procesima: uvećanim interesom za tzv. „nezapadna” društva i susretom s novim, različitim kulturama. Te su se kulture ogledale golom, ukrašenom, ali i ožiljkovanom tijelu što je kod Zapadnog čovjeka izazivalo čuđenje i remetilo ukorijenjen ideal o ljudskom tijelu (Varga prema Adamović i Maskalan, 2011: 51).

Društveni fenomen tijela i tjelesnog izgleda plijeni pažnju mnogih ključnih socioloških teorija i pravaca među kojima se najviše ističu postmodernizam te feminizam. Za razliku od modernizma u kojem je tijelo bilo povezano s maskulinitetom odnosno muškošću, postmodernizam tijelo povezuje sa ženstvenošću. To povezivanje tijela sa ženstvenošću omogućuje da se čuje potisnuti ženski glas jer ono sugerira da je tijelo kulturološko posredovana kategorija (Joy i Venkatesh, 1994: 343). Međutim, unatoč fokusu na „nemoćne” postmodernistički okvir ima jedan vrlo važan propust, a to je odsutnost žena i rasprava o rodnim konstrukcijama (Owens prema Joy i Venkatesh, 1994: 343). Premda osporavaju modernističko utjelovljenje žene kao prirodno, postmodernisti upadaju u zamku marginalizirajući skupinu koju su identificirali kao nemoćnu. Navedeno zvuči iole ironično s obzirom na to da je feminizam bio jedan od najznačajnijih pokreta još od 60-ih godina prošlog stoljeća (Joy i Venkatesh, 1994: 343).

Feminizam tijelo i tjelesni izgled promatra kroz tri stajališta od kojih se svaki suprotstavlja muškoj ideologiji. Ta tri stajališta čine oslobađajući, slavljenički te kritički. Cilj oslobađajućeg stajališta je osloboditi tijelo i njegovo percipiranje od kartezijskog načina razmišljanja koji tijelo ukalupljuje kao inferiorno te vulgarno. Slavljeničko stajalište pokušava rekonfigurirati estetiku ljudskog tijela ne u skladu s diktatom muške ideologije, već suprotno istoj. Naposljetku kritičko stajalište za svoj cilj ima ukazati na mušku eksploataciju ženskog

tijela unutar dominantne medijske kulture koja žensko tijelo podliježe objektivizaciji (Joy i Venkatesh, 1994: 344-347). Postmodernizam i feminizam imaju dosta zajedničkih značajki i ciljeva. Oba pravca dovode u pitanje epistemološke temelje zapadne misli te odbacuju antropocentričnu definiciju znanja. Također odbacuju racionalnost na kojoj modernizam počiva i pronalazi svoje temelje. Međutim ono po čemu se postmodernizam i feminizam razlikuju jest činjenica da feminizam nije samo teorija, već i politička filozofija. S druge su strane ideje nihilizma i relativizma, koje se mogu pronaći u postmodernizmu, oprečne feminističkoj teoriji te praksi (Joy i Venkatesh, 1994: 344-347).

Povijesno gledano uspoređivanje tijela se može pronaći u korijenima određenih ideologija poput rasizma ili fašizma. Temeljni stavovi navedenih ideologija polaze od pretpostavke prema kojoj je tijelo refleksija psiholoških i duševnih značajki ljudi odnosno tijelo je time dokaz onog što je „ne ljudsko” ili „manje ljudsko” kod određenih etničkih ili rasnih skupina (Adamović i Maskalan, 2011: 52). Hirschhorn polazi od stajališta da je čovjekovo lice najrelevantnija karakteristika tjelesnog izgleda iz čega proizlazi da su sve ostale značajke tjelesnog izgleda manje važne ili u potpunosti nevažne (Hirschhorn prema Adamović i Maskalan, 2011: 52). Sličnog su stajališta i Deleuze te Guattari koji su u svojim radovima potvrdili da ideologije poput rasizma potječu iz odstupanja od određenih facijalnih standarda (Deleuze i Guattari prema Adamović i Maskalan, 2011: 52). Lice je prema riječima Deleuzea i Guattarija političko; ono je pokazatelj moći ili njezinog nedostatka gdje dolazi do ukalupljivanja ili etiketiranja pojedinca bez potrebe za izgovaranjem ijedne riječi (Deleuze i Guattari prema Adamović i Maskalan, 2011: 52).

Premda su kartezijanski stavovi prevladavali kod velikog broja mislioca, postojali su oni čije su se ideje i razmišljanja bitno razlikovali od onih većine (Adamović i Maskalan, 2011: 51-52). Ovdje možemo izdvojiti Merleau-Pontya čiji su se stavovi temeljili na ideji da je čovjek tijelo odnosno da tijelo sačinjava vrlo važnu i veliku karakteristiku njegova identiteta. Drugim riječima, tijelo aktivan fenomen jer se očituje u poimanju onoga što zovemo subjektivnost i samosvijest (Merleau-Ponty prema Adamović i Maskalan, 2011: 52). Tijelo je „vozilo bitka u svijetu, a imati tijelo, to za živo biće znači spojiti se s određenom sredinom, stopiti se s izvjesnim projektima i u njima se neprekidno angažirati“ (Merleau-Ponty prema Adamović i Maskalan, 2011: 52).

Dvojni ili dualistički status tijela u sociologiji se očituje kroz rad “velikana” ili utemeljitelja iste. Naime, klasični sociolozi poput Karla Marxa, Maxa Webera, Emilea Durkheima ili pak Georga Simmela, Ferdinanda Tönniesa te Karla Mannheima su rijetko predmet svojih istraživanja postavljali na tijelo kao cjelinu (Shilling, 1993: 24). Turner potonje

objašnjava time da je „pitanje ontološkog statusa društvenih aktera ostalo potopljeno, a u onoj mjeri u kojoj su se klasični društveni teoretičari okrenuli takvim pitanjima, definirali su ljudskog aktera u terminima djelovanja, što je u praksi značilo racionalan izbor ciljeva” (Turner prema Shilling, 1993: 24). Shodno tomu, Turner definira četiri razloga relevantnog utjecaja za neuspjeh ili krah klasične sociologije prilikom stvaranja sociologije tijela kao discipline (Turner prema Shilling, 1993: 25-26):

- * sociolozi kao što su Durkheim, Weber, Simmel i Mannheim u fokus svojih istraživanja nisu uzimali povijesnu evoluciju ljudskih bića, već sličnosti između industrijskih kapitalističkih društava te njihov kontrast s tradicionalnim društvima;
- * sociologija kao društvena disciplina je težila usredotočenju na uvjete reda i kontrole ili društvenu promjenu u društvu;
- * sposobnosti neophodne ljudskom djelovanju postale su izjednačene sa sviješću i umom, umjesto s upravljanjem tijelom kao cjelinom. Tijelo se, u najboljem slučaju, vidjelo kao nezanimljiv uvjet društvenog djelovanja. Ono se obično smatralo pasivnim spremnikom koji je djelovao kao „ljuska” aktivnom umu;
- * rezultat ovih epistemoloških i ontoloških usmjerenja se očitovao u deficitu sociologije prilikom većeg zanimanja za antropološko promatranje tijela kao klasifikacijskog sustava.

Shilling navodi kako bi se ovom Turnerovom popisu razloga mogla pridodati još dva. Kao prvi razlog ističe metodološke pristupe koje promiče disciplina. Ti su pristupi stavili veliki naglasak na apstraktno kognitivno istraživanje koje je trebalo djelovati kao da se nalazi izvan te potpuno odvojen od tijela (Shilling, 1993: 26). Primjerice, Durkheim je tvrdio da je otvoren i prazan um profesionalnog sociologa oslobođen tjelesnih nečistoća kao što su emocionalne predrasude te je u stanju shvatiti stvarnost društvenih činjenica. Nadalje, kao još jedan mogući razlog dodaje činjenicu da je utemeljenje sociologije bilo vođeno od strane muškaraca. Shilling potonje čvrsto podupire s argumentom u koje obrazlaže da su se rizici s kojima bi se žene susretale tijekom trudnoće, veliki brojevi umrlih tijekom porođaja te mortalitetne stope dojenčadi možda mogli odraziti većim i boljim razmatranjem tijela kao predmeta istraživanja da Marx, Weber i Durkheim nisu bili muškarci (Shilling, 1993: 26-27).

Navedeno dakako ne znači da je klasična sociologija u svom radu tijelo u potpunosti stavila u drugi plan jer, premda se ono često isključivalo iz analiza, njegova je suštinska važnost prilikom razumijevanja društvenog života značila da ga klasični sociolozi ipak nisu mogli potpuno ostaviti sa strane (Shilling, 1993: 27). Turner navodi da je postojala ograničena,

tajanstvena povijest tijela koje je uključivala radove Engelsa, Marxa i Webera te se kasnije razvijala kroz djela Nietzschea, Marcusea, Foucaulta i Eliasa (Turner prema Shilling, 1993: 27). Na primjer, Marx i Engels su se bavili uvjetima i stanjem engleske radničke klase te štetnim posljedicama kapitalističke podjele rada odnosno što je to izmijenilo radnička tijela i učinilo ih adekvatnim samo za repetitivne aktivnosti na radnom mjestu (Shilling, 1993: 27). Slično Marxu i Engelsu, Weber je tijelo razmatrao u svojim djelima o protestantskoj etici, racionalizaciji, „željeznom kavezu” birokracije i slično. Calvinistička ideja „poziva” ispituje se kao način utvrđivanja psiholoških uvjeta koji su pratili moderni kapitalizam (Weber prema Shilling, 1993: 27).

Adamović i Maskalan navode kako se bitni elementi za teoriju tijela pronalaze u djelima Durkheima, Goffmana, Foucaulta, Giddensa i Schillinga gdje su autori potvrdili vezu između tijela i društvenog života (Adamović i Maskalan, 2011: 52). Iz njihovih se djela može iščitati kako se pojedinac, uz pomoć tijela, društveno pozicionira. Međutim, pojedinci kao tjelesna bića nisu u potpunosti određena društvom jer posjeduju kapacitete koji pak proizlaze iz njih individualne svijesti (Adamović i Maskalan, 2011: 52). Bitno je za istaknuti Durkheimovo istraživanje u kojem ističe „elemente simboličkog karaktera kulturalnog poretka i tijela kao mjesta njihove saturacije” (Durkheim prema Adamović i Maskalan, 2011: 52). Kako bi mogli upravljati tjelesnom produktivnošću moći, pojedinci koriste tjelesni simbolizam koji pomaže u stvaranju solidarnosti te eliminiranju pojedinaca koji nisu pripadali zajedničkoj kulturi (Durkheim prema Adamović i Maskalan, 2011: 52). Goffman nasljeđuje neke od Durkheimovih ideja te, koristeći dramaturški pristup, objašnjava i kvalificira odnose među pojedincima. Informacije su snažan alat kojim definiramo situacije te nam pomažu da dobijemo saznanja o tome što očekivati od drugih članova društva. Goffman nadalje ističe važnost dojma tvrdeći kako se pojedinci ponekad lažno predstavljaju noseći određene „maske” te kalkuliraju prilikom odnosa s drugima kako bi naposljetku ostavili dobar dojam na okolinu (Goffman prema Adamović i Maskalan, 2011: 53).

Giddens pak koristi sintagmu „tijelo kao projekt” pomoću koje objašnjava načine kojima se pojedinci služe u odnošenju prema svom vlastitom tijelu (Giddens prema Adamović i Maskalan, 2011: 53). Navedenim sugerira odbacivanje tradicije u kojoj se javlja nesigurnost te refleksivna briga za sebe i tijelo. „Tijelo kao projekt” je ono što povezuje identitet te vanjsko tjelesno sebstvo. Vanjsko tjelesno sebstvo je razvojem *cyber* tehnologija, kozmetičkih kirurgija i genetike rezultiralo tomu da postane žarište individualnih izbora. Drugim riječima, osobni životi postaju investicija u kojoj individue uz pomoć eksperimentiranja i igranja uloga

doživljavaju određenu katarzu odnosno dolaze do novih, dosad neviđenih spoznaja o sebi (Giddens prema Adamović i Maskalan, 2011: 53).

U kontekstu postmodernizma, Lyotard ispituje različite smjene u strukturama znanja koje su posljedično dovele do promjena u percipiranju svijeta oko nas (Stephens, 2008: 115). Prema Lyotardu, uspon postindustrijske kulture je od ključne važnosti za potonje. Prethodno tomu, znanje je bilo oformljeno prema „meta” ili „grand” narativama. One pomažu pojedincima u razumijevanju okoline i situacija u kojoj se nalaze (Stephens, 2008: 115). Postmodernizam to mijenja; riječ je o stanju u kojem dolazi do sloma velikih narativa koje postaju nedovoljne i nesuvisle (Stephens, 2008: 115). U postmodernističkim promišljanjima svijeta, Baudrillard raspravlja o završetku moderniteta te dolasku postmoderniteta koji se očituje kroz pojmove simulakruma, simulacije i hiperrealnosti. Stvarnost je u opasnosti; zamijenjena je neobičnom i distorziranom verzijom sebe koja „pluta u neodređenosti” (Baudrillard, 2001: 51). U današnjem postmodernom svijetu prevladava obrazac simulacije kojim upravljaju kodovi i modeli (Baudrillard, 2001: 73-74). Potonje dovodi do stvaranja stanja hiperrealnosti to jest stanja u kojem se stvarnost urušava. Granice između stvarnog i nestvarnog odnosno imaginarnog se brišu, a upravo to „nestvarno“ umjesto fantazije prema Baudrillardu postaje „halucinantna sličnost stvarnoga sebi samom“ (Baudrillard, 2001: 101-102).

Post-human bodies ili *post-human* tijela se javljaju kako bi se isključile bilo kakve razlike između „glumca i pozornice, pošiljatelja i primatelja“ (Halberstam i Livingston prema Stephens, 2008: 117). Tijelo kao prirodno i samozatajno prestaje postojati te svoje mjesto u društvu ustupa onom dorađenom, korigiranom i naposljetku nerealom (Stephens, 2008: 117-118). Navedeno sve više primjećujemo prilikom korištenja raznih medija; naročito društvenih mreža koje imaju neizostavan utjecaj na sve aspekte naših života, a najranjiviji od svih je upravo onaj koji pokriva odnos prema tjelesnom izgledu. *Instagram* objave su jedan od najboljih primjera navedenog. Naime, prije no što objavimo fotografiju na *Instagramu* potreba nam je uvjeriti se da je ista dovoljno „lijepa”, „sređena” i „prikladna”. Objavljivanjem korigirane verzije sebe na društvenim mrežama u isto vrijeme hranimo simulakrum u kojem se nalazimo te podržavamo još dublje razvijanje nereálnih *beauty* standarda. Ovime u suštini zapadamo u „crnu rupu” čiji se kraj doima sve udaljenijim i udaljenijim.

1.2. Idealan” tjelesni izgled i njegove karakteristike

Ljepota i privlačnost tjelesnog izgleda su fenomeni stari gotovo kao i čovječanstvo jer čine vrlo bitnu odliku žive i nežive prirode (Vujačić, 2008: 108). Predmete, prirodu i ljude oko sebe prosuđujemo prvenstveno na temelju njihova izgleda to jest privlačnosti. Prosuđivanje na temelju ljepote nije nešto novo, dapače ta se navika proteže skoro do samih početaka naše povijesti. Prema tome, potrebe za dostizanjem aktualnih ideala ljepote nije nešto što bi trebali promatrati iznenađeni. Međutim ono što je karakteristično za moderna vremena jest da su se sve karakteristike predmeta, ali i osoba, svele isključivo na njihov vizualni izgled zanemarujući ostala obilježja. Usprkos poznatoj uzrečici da je ljepota u očima promatrača te da je isključivo subjektivne prirode, ne možemo si pomoći da se u toj procjeni vodimo i raznim estetskim standardima (Vujačić, 2008: 108).

Korijene koncepta idealnog tjelesnog izgleda možemo pronaći u Antičkoj Grčkoj gdje je Grcima ljudsko tijelo predstavljalo spoj moralnog i duhovnog savršenstva (Vujačić, 2008: 109) te je postalo muzom svih umjetničkih djela; od likovnih do onih književnih. Pojam *kalokagathia* je za Grke predstavljao ljepotu i ideal savršenstva (Vujačić, 2008: 109). Nastao je spajanjem riječi *kalos* koja u prijevodu znači „lijepo” te *agathos* što znači „dobro”, a upravo tako su Grci poimali ljepotu; kao nešto što je dobro i ugodno za oko (Vujačić, 2008: 109). Iako je u Antičkoj Grčkoj ljepota imala karakteristike dobrog i intelektualnog, za današnja suvremena društva ona ima potpuno drukčiju ulogu. Konceptija ljepote, poglavito one fizičke, je postala svojedobnom ideologijom u službi društvene promocije (Vujačić, 2008: 109). Shodno tome su se stvarali i mijenjali različiti standardi te *beauty trendovi* koji artikuliraju karakteristike idealnog tjelesnog izgleda aktualnog za određenu vremensku te prostornu epohu. Ono što je danas „in“ ne mora nužno biti i sutra; drugim riječima govorimo o nekonzistentnim i dosta fluidnim obilježjima idealnog tjelesnog izgleda. Zadovoljstvo vlastitim izgledom predstavlja količinu zadovoljstva cjelokupnim tjelesnim izgledom i njemu pripadajućim komponentama, a dio je većeg koncepta poznatog kao *body image* (Groesz i dr., 2002: 8). *Body image* ili slika tijela je konstrukt koji se sastoji od više dimenzija. Navedene dimenzije se odnose na percepciju to jest doživljaje veličina i oblika različitih dijelova vlastitog tijela, stav prema tjelesnom izgledu te naposljetku na utjecaj kojeg ti doživljaji i stavovi imaju na pojedinčevo ponašanje (Ambrosi-Randić prema Matušan, 2017: 2).

Kroz povijest smo mogli svjedočiti raznim oblicima „savršenog” i privlačnog tjelesnog izgleda muškarca i žene. Svaka era ili epoha ima svoje određene značajke lijepoga i privlačnoga, a time i društveno prihvatljivoga. Promotrimo li standarde idealnog ženskog tjelesnog izgleda, primijetit ćemo puno više oscilacija nego za tjelesni izgled muškaraca. Od

naglašenih oblina do mršavog i androgenog tjelesnog izgleda, društveni standardi ženskog tjelesnog izgleda su se učestalo mijenjali. S druge strane, standardi tjelesnog izgleda muškarca su stalniji te se očituju u tjelesnoj mišićavosti i atletskoj građi tijela. U grčkoj mitologiji, Adonis je predstavljao idealan izgled muškarca kao visokog i s izraženom tjelesnom mišićavosti (Matušan, 2017: 5), a i danas je smatran idealnim za muškarce (Pope, Phillips i Olivardia, 2000: 6-7). Takve karakteristike tjelesnog izgleda su i danas prisutne te im se pripisuju i razne pozitivne značajke. Zadovoljstvo odnosno nezadovoljstvo tjelesnim izgledom počiva na društvenoj konceptualizaciji idealnog te prihvatljivog tjelesnog izgleda muškaraca i žena. Uzimajući u obzir da su se standardi ženskog tijela mijenjali brže i više od onih za muška tijela, nije ni iznenađujuće za primijetiti da su djevojke mnogo nezadovoljnije vlastitim tjelesnim izgledom od muškaraca. Štoviše nezadovoljstvo tijelom i njegovim izgledom kod žena ostaje više manje stabilno prisutno tijekom cijeloga života (Montepare prema Esnaola i dr., 2010: 22).

Navedeno je rezultat pritiska kojeg djevojke i žene osjećaju prilikom pokušaja dostizanja određenih društvenih standarda, a koji se na muškarce ne odnose u tolikoj mjeri. Razdoblje puberteta i adolescencije se smatra ključnim za utvrđivanjem čimbenika zadovoljstva to jest nezadovoljstva tjelesnim izgledom. Pubertet je prvenstveno vrijeme seksualnog sazrijevanja kojem djevojke pristupaju ranije od muškaraca (Hoyt i dr., 2020: 1-2). To se razdoblje kod djevojaka iščitava porastom tjelesne težine, povećanjem grudi te razvijanjem bokova, stražnjice i bedara (Erceg i Kuterovac Jagodić, 2016: 220). Nastale promjene pružaju nezadovoljstvo jer su dijametralno suprotne od aktualnog sociokulturnog ideala tijela što posljedično rezultira raznim pokušajima sustizanja standarda mršave i vitke linije. Za razliku od djevojaka, muškarcima pubertet uvelike doprinosi približavanju idealnog tjelesnog izgleda jer uključuje rast, razvoj mišića i širenje ramena (Erceg i Kuterovac Jagodić, 2016: 220). Premda je izgled jednako važan i muškarcima i ženama, muškarci su manje zabrinuti oko tjelesnih promjena i utjecaja koje će imati na njih (Rozin i Falon prema Esnaola i dr., 2010: 23). Brojna istraživanja provedena u razvijenim zemljama Zapada ukazuju na podatak da većina djevojaka u toj dobi teži mršavijoj i vitkijoj liniji, dok je za muškarce taj period povećanog zadovoljstva tjelesnim izgledom (Levine i Smolak prema Erceg i Kuterovac Jagodić, 2016: 220).

Mediji kao neizostavan dio naših života imaju veliki utjecaj na gotovo sve njegove aspekte, a samim time i na percepciju tjelesnog izgleda. Naime, mediji predstavljaju jedan od sociokulturnih kanala putem kojih se pojedincima nameću određeni ideali tjelesnog izgleda (Grogan, 2016: 97). Bilo da je riječ o televiziji, časopisima ili pak danas najupotrebljivijem internetu, svi oni oblikuju standard tjelesnog izgleda aktualan u određenom prostorno-

vremenskom okviru. Izloženost medijskim sadržajima od malih nogu obuhvaća i procese učenja o tome kako bi naš tjelesni izgled trebao izgledati (Gardner i dr., 1999: 558). Ovo posebno postaje relevantno u razdoblju adolescencije s obzirom na ulogu koju ima za pojedince u poimanju sebe i identiteta. Ideali ljepote i privlačnosti koji se promoviraju kroz razne reklame, serije, filmove i slično kod mladih ljudi stvaraju osjećaj obaveze postizanja tjelesnog izgleda prezentiranog na određen način. Danas je privlačan i društveno prihvatljiv izgled prisutan svugdje. Modeli, glumci i glumice koje svakodnevno gledamo predstavljaju idealno oblikovana tijela (Kuhar, 2005: 99). Premda smo svjesni činjenice da surađuju s velikim brojem timova (od vizažista do nutricionista) koji ih satima pripremaju i usavršavaju da izgledaju besprijekorno za snimanje, i dalje težimo njihovom tjelesnom izgledu.

Pogrešno bi bilo reći da se idealan tjelesni izgled počeo vizualizirati tek pojavom medija, no njegova se reprezentacija bitno razlikuje od one u prošlosti. Razna su umjetnička djela (ovdje se prvenstveno referiramo na slike) u prošlosti predstavljala romantičan, ali očito nedostižan ideal. Drugim riječima, postojala je jasna granica između stvarnosti i fikcije koja je u današnjem, suvremenom svijetu proizvoljna te poprilično nejasna (Kuhar, 2005: 99). Upravo iz navedenog možemo zaključiti da se mediji bave onim što bi Baudrillard nazvao simulacijom kojom kao rezultat nastaje simulakrum. Simulakrum je reprodukcija nečeg nestvarnog (Baudrillard, 1994: 2) što u ovom slučaju predstavljaju medijski nametnuti ideali ljepote i privlačnosti. Fotošopirane slike slavnih osoba (glumaca, glumica, influencera, pjevača i slično...) pridonose vjerovanju u postojanje besprijekornog tjelesnog izgleda kojeg je u suštini nemoguće pronaći u stvarnom životu.

Kada govorimo o tjelesnom izgledu tada neminovno u razgovorima i raspravama povlačimo pojam samopoštovanja. Samopoštovanje označava prosudbu vlastite vrijednosti te povjerenje u istu. Ono može biti pozitivno ili negativno, ovisno o tome koliko se smatramo sposobnim i kvalitetnim pojedincima (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2650). Riječ je o karakteristici koja se razvija i nadopunjava s vremenom, a koja je u međusobnoj povezanosti s upotrebom društvenih mreža (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2650). Društvene mreže na samopoštovanje mogu utjecati pozitivno ili negativno. U tom okviru samopoštovanja se nalaze percepcija fizičkog izgleda te odnosi s drugima (platonski ili romantični) (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2650). Većinom osobe s većim samopoštovanjem društvene mreže koriste u svrhu poboljšanja društvenih odnosa, dok one s nižim stupnjem samopoštovanja preko društvenih mreža pokušavaju nadomjestiti nedostatak istog prihvaćajući više zahtjeva za prijateljstvom (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2650).

Body image obuhvaća dvije strane; način na koji se osoba vidi kada se pogleda u ogledalo te kako na kraju dana samu sebe zamišlja.¹ Većina negativnog razmišljanja u kontekstu tjelesnog izgleda dolazi zbog onoga što nam se poslužuje na društvenim mrežama², no zaboravljamo da su društvene mreže odraz isključivo najljepših trenutaka života te da se stoga ni ne mogu smatrati reprezentativnima. Društvene nam mreže služe za posluživanje najidealnije prezentacije sebe (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2650) i svog života što u konačnici dovodi do većeg broja pratitelja, ali i određenog zadovoljstva kojeg osjetimo kada se uklopimo u aktualni društveni okvir. Veći broj pratitelja i „lajkova” nam poboljšava percepciju sebe te vrlo brzo počinjemo svoju vrijednost izjednačavati s uspjehom na društvenim mrežama. *Body image* i nezadovoljstvo istim su posebno istraživani kod djece i adolescenata (Davison i McCabe, 2006; Erceg Jugović, 2011; Kukić, 2017; McCabe i dr., 2005).

Davison i McCabe (2006) su ustvrdili da djevojčice imaju negativniju sliku o tijelu nego dječaci, ali da je važnost *body imagea* za samopoštovanje slična za dječake i djevojčice. Rezultati istraživanja McCabe i suradnika (2005), a koje je provedeno na uzorku dječaka i djevojčica u dobi upisanih u sedmi razred osnovne škole, su pokazali porast strategija za mršavljenje kod djevojčica, dok kod dječaka navedeni porast nije evidentiran. Govoreći pak o istraživanju rodni razlika u kontekstu važnosti slike tijela, moramo naglasiti da rezultati osciliraju to jest da nisu konzistentni. Primjerice, istraživanje McCabe i suradnika (2010) utvrđuje da su muškarci ti kojima je *body image* važniji. Druga pak istraživanja nude rezultate oprječne navedenom odnosno da su žene te koje pridaju veću važnost slici tijela ili *body imageu*. (Kukić, 2017; Medić, 2019; Quittkat i dr., 2019). Navedenom u prilog idu i istraživanja čiji su rezultati pokazali da je, uz veću relevantnost *body imagea*, kod žena veće i nezadovoljstvo tijelom (Feingold i Mazzella, 1998; Ivić, 2019; Kukić, 2017). Koliko se sociokulturni utjecaj na važnost *body imagea* razlikuje kod muškaraca i žena govori istraživanje Stanford i McCabe (2002) koje je utvrdilo da su ženama poruke vršnjaka i roditelja važnije nego muškarcima.

Uzimajući u obzir da se gotovo pa sve društvene mreže baziraju na tjelesnom izgledu i privlačnosti istoga (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2651), ne možemo se ne zapitati koliki utjecaj tjelesni izgled ima na samopoštovanje pojedinca, pogotovo mlade osobe. Većina društvenih mreža dopušta korisnicima da „lajkaju” sadržaj koji su drugi proizveli, a to su prvenstveno često idealizirana tijela i određeni trendovski načini života. Drugim riječima, određena tijela i

¹ <https://www.elonnewsnetwork.com/article/2021/05/pandemic-increases-body-image-issues>

² <https://www.elonnewsnetwork.com/article/2021/05/pandemic-increases-body-image-issues>

načini života se smatraju privlačnijima od drugih. Sloboda izražavanja koju imamo na društvenim mrežama rezultira time da svi imaju priliku prosuđivati i uspoređivati druge sa sobom. Navedeno je posebno izraženo kod adolescenata koji će svu pozornost usmjeriti na tjelesni izgled (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2651). Shodno tomu možemo reći da samopoštovanje mladih nikada nije bilo fragilnije nego sada u doba tehnologije i društvenih mreža kada su konstantno izloženi objavama koje idealiziraju određeni tip tjelesnog izgleda.

Popularnost na društvenim mrežama ovisi o razini privlačnosti vašeg tjelesnog izgleda odnosno o tome jeste li uspješno zadovoljili društvene standarde tjelesnog izgleda. Što ste “bliže” određenom standardu, veća je vjerojatnost da će vas društvo prihvatiti. To je jedan od glavnih ciljeva kojima mladi ljudi teže; prvenstveno da budu prihvaćeni od strane ostalih članova društva. Međutim činjenica je da su navedeni standardi nerealni i nemogući za dostizanje što naposljetku dovodi do nezadovoljstva tjelesnim izgledom (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2651) i frustracijama uzrokovanim strahom od osjećaja odbačenosti i osude. Žene se podjednako uspoređuju s nerealnim medijskim slikama koliko i s vršnjacima. Osobe koje su sklone društvenim usporedbama imaju i višu razinu nezadovoljstva svojim tijelom (Jerončić Tomić i dr., 2020: 2652). Ovdje dolazi do drastičnog smanjenja razine samopoštovanja te mladi dosta često upadnu u kolotečinu filtera, *photoshopa* i nerealističnih očekivanja koje su postavili sebi. *Photoshop* i odgovarajući mu filteri zbog svoje prirode ispravljanja nepravilnosti imaju tendenciju stvoriti iskrivljen svijet. Zbog želje da poboljšamo svoje samopoštovanje koje je najčešće uvjetovano već navedenim društvenim prihvaćanjem, naći ćemo se u kontradiktornoj poziciji. Naime, želimo se osjećati bolje u vezi samih sebe i biti prihvaćeniji u društvu pa ćemo popustiti pritisku društvenih mreža te ćemo fotošopirati slike da budu što adekvatnije za društvene standarde koji nas okružuju.

Međutim, upravo ćemo tim postupkom sebi stvoriti negativan *body image* te ćemo sve više i više tonuti u ponor niskog samopoštovanja i visoke samosvijesti. Samosvijest je psihološko stanje u kojem svu pozornost usmjeravamo na sve naše karakteristike; vanjske i unutarnje. Ona ne označava spoznaju samo pozitivnih aspekata već i onih negativnih. Samosvijest je usko vezana uz samopoštovanje te njezin intenzitet ovisi o razini samopoštovanja pojedinca. Konkretno govoreći postajemo više svjesni nedostataka ili nepravilnosti koje pronađemo na svom tjelesnom izgledu, nego vrlina. Potonje dovodi do opsesije za korigiranjem neprivlačnog pretvarajući nas u pojedince ovisne o pomagalima kao što su filteri ili *photoshop*, a sve proizlazi iz potrebe za odobravanjem od strane bliskih nam ljudi, ali i neznanaca. Zbog svega navedenog bi se moglo reći da se nalazimo pod utjecajem društvenih mreža koje oblikuju naše percepcije tijela i tjelesnog izgleda.

1.3. Objektivizacija

Da bismo mogli razumjeti problematiku objektivizacije žena, prvo moramo znati definirati objektivizaciju kao općeniti pojam. Objektivizacija je termin koji se koristi kod opisivanja situacija u kojima nešto što fizički nije objekt percipiramo kao da jest. Tim se objektom može kontrolirati, manipulirati i iskorištavati (Calogero, 2012: 574). Prema Nussbaum postoji nekoliko osnovnih značajki koje karakteriziraju objektivizaciju jer predstavljaju određeni obrazac ponašanja. Instrumentalnost kao primarna karakteristika označava tretiranje druge osobe kao alata za postizanje vlastitih ciljeva (Nussbaum prema Calogero, 2012: 574). Zatim slijedi uskraćivanje autonomije odnosno oduzimanje prava na samoodređivanje. Dosta često u ovakvim situacijama postoji dominantna i inferiorna osoba gdje ona prva određuje identitet drugoj. Objektivizacija se također označava kroz aspekte promatranja druge individue kao nečeg što je u našem vlasništvu, zanemarivanje njegovih/njenih osjećaja, prijetnje zamjenjivanjem te na kraju čak i povrede (Nussbaum prema Calogero, 2012: 574).

Sve gore navedene karakteristike su prožete u seksualnoj objektivizaciji žena kojom se bavi teorija objektivizacije. Teorija objektivizacije, čije su začetnice Fredrickson i Roberts, se ne sastoji od jedne cjelovite teorije već je riječ o sintezi više različitih pravaca učenja (Calogero, 2012: 574). Svrha ove teorije jest pokušaj razumijevanja te naposljetku i objašnjavanja prakse izjednačavanja ženine vrijednosti s njezinim fizičkim izgledom. Calogero ističe da je velik broj istraživanja dokazao da su žene podložnije seksualnoj objektivizaciji od muškaraca (Calogero, 2012: 574). Ta se objektivizacija može odnositi na spolne dijelove ženina tijela ili pak njezinu seksualnu funkciju što je u suštini pretvara u objekt čime se povrjeđuje njezino dostojanstvo i sloboda (Calogero, 2012: 574). Drugim riječima, govorimo o teškoj povredi temeljnih ljudskih prava. Nerijetko se zna dogoditi da društvo kao kolektiv seksualnu objektivizaciju žene prepozna samo u djelima kao što su seksualno uznemiravanje, seksualno zlostavljanje i silovanje, no to su najgori oblici objektivizacije (Calogero, 2012: 574).

Calogero ističe kako se seksualna objektivizacija iščitava u svakodnevnim situacijama. Ona uključuje buljenje u žensko tijelo, komentare seksualnih konotacija na račun žene ili njezinog tijela, zviždanje iz automobila ili ispuštanje zvukova prolaznicama na ulici, fotografiranje ženskih tijela te pornografiju. Dva relevantna okruženja u kojima dolazi do seksualne objektivizacije su međuljudski odnosi i mediji. Kada govorimo o međuljudskim odnosima onda govorimo o interakcijama s ljudima iz našeg života. Bitno je naglasiti taj odnos s obzirom na to da često, fokusirajući se na opasnosti koje vrebaju u interakcijama sa strancima, zanemarimo upitna ponašanja i izjave onih najbližih nama. Takvi razgovori s bližnjima ne

moraju izvorno imati loše namjere, ali zbog raznih vrijednosti i stavova prethodno ukorijenjenih od strane društva te vremena u kojem živimo mogu sadržavati razne neumjesne te uvredljive izjave. U današnje vrijeme vladavine medija i tehnologije taj problem postaje sve kompleksnijim, većim te samim time i teže iskorijenjenim. Mediji potpomažu održavanju seksualne objektivizacije žena na mnoge načine (reklamama, emisijama, serijama...). Naravno da se seksualna objektivizacija ne može uvijek primijetiti izravno kroz medijske sadržaje, već je kao takva gledateljima poslužena u obliku subliminalnih poruka koje djeluju na podsvijest. Razne su feminističke teoretičarke došle do zaključka da konstantno seksualno objektiviziranje s kojim se mlade cure i žene susreću naposljetku vodi do toga da se i one same podvrgavaju objektivizaciji (Calogero, 2012: 574).

Žene, premda su se prvotno odupirale objektivizaciji, s vremenom same sebe prestaju cijeliti kao ljudska bića te se potpuno posvećuju svom izgledu i načinu na koji se predstavljaju društvu. Ovakav je fenomen naročito vidljiv u zapadnjačkim društvima zbog čega Fredrickson i Roberts tvrde da se žene percipiraju kroz prizmu seksizma zbog svih društvenih ideologija koje seksizam i seksualnu objektivizaciju u principu drže kao *status quo* odnosno kao nešto nepromjenjivo (Calogero, 2012: 575). Međutim što točno znači samo-objektivizacija? Samo-objektivizacija se događa u situacijama kada se osoba koristi perspektivom „trećeg lica” umjesto onom „prvog lica”. Tada dolazi do toga da osobe, a najčešće je riječ o ženama, više cijene kako izgledaju drugima te kako je oni percipiraju nego što cijene vlastite osjećaje i mogućnosti (Calogero, 2012: 575). Iz tog je razloga društvu omogućeno određeno „manipuliranje” mladim djevojkama uz pomoć raznih društvenih standarda ljepote. Ženama se nameću mnogi aktualni „ideali” koji im određuju ne samo stil života već i načine na koje će se odnositi prema vlastitom tijelu. Prema istraživanjima Američkog psihološkog udruženja (APA), djevojke koje su iskusile seksualnu objektivizaciju putem medija ili pak u svojoj okolini će biti podložnije nezadovoljstvu tijelom, depresiji te manjku samopoštovanja (Calogero, 2012: 578).

Današnje je društvo karakterizirano činjenicom da su mediji u uzročno-posljedičnoj vezi sa stvaranjem te održavanjem identiteta (Lubina i Brkić Klmpak, 2014: 213). Mediji kao što su televizija i internet pružaju bezbroj sadržaja u kojima se mi kao gledatelji i korisnici pronalazimo. Naposljetku, nakon dužeg korištenja medijskih sadržaja, formiramo svoj identitet kojeg primjenjujemo u svakodnevi. Problem koji se nalazi u stvaranju identiteta putem medijskih sadržaja jest sama njihova priroda. Bilo da je riječ o društvenim mrežama ili masovnom mediju poput televizije, njihovi sadržaji subliminalnim porukama potiču određenu vrstu ponašanja. Takav obrazac ponašanja se najviše odnosi na rodne stereotipe koji su itekako

prisutni upravo zbog utjecaja medija. Razlike između muškarca i žene su jasno definirane u kulturama, a mediji to reflektiraju u svojim sadržajima (Kosanović prema Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 214). Time dolazi do začaranog kruga odnosa kulture i medija koji nam se čini nerješivim. Zato nerijetko imamo prilike čuti komentare ostalih članova društva u kojima navode da je besmisleno boriti se protiv stereotipizacije kada ona u principu nema kraja. Prema onome što nam se prezentira, vidljivo je da su stereotipni sadržaji i više no dobar prijatelj medijima. Muškarci su najčešće utjelovljeni kao protagonisti, mišićave snage te uvijek spremnog rješenja za nadolazeće probleme. Žene su pak okarakterizirane svojim tjelesnim izgledom koji odnosi gotovu svu pozornost (Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 214).

Muškarci najčešće prate one medijske sadržaje koji su namijenjeni prvenstveno njima poput vesterna ili akcijskih filmova, dok ženama interesne sfere čine romantični filmovi i sapunice (Kosanović, 2008: 88). Razna prijašnja istraživanja o predstavljanju roda i rodnih uloga u pop kulturi su se najčešće temeljila na feminističkim analizama konstrukcija ženskih likova (Soulliere prema Kosanović, 2008: 89). S obzirom na to da je televizija još uvijek masovni medij, ranija su se istraživanja zasnivala na analizi filmske industrije te njezinog središta odnosno Hollywooda (Kosanović, 2008: 89). Filmska se industrija uvijek vodila specifičnim „kalupom” izrade filmova, no ta je karakteristika bila posebno izražajna tijekom pedesetih i šezdesetih godina prošlog stoljeća kada su se filmske uloge dijelile na temelju roda (primjerice, James Dean je igrao uloge buntovnih i autentičnih likova koje su mu donijele reputaciju svojevrsnog *bad boy-a* te ga učinile kulturnom ikonom, dok je s druge strane Marilyn Monroe dobivala isključivo one uloge koje bi njezin lik prikazivale nježnim, osjetljivim i senzualnim). Iz ovog se da naslutiti kako se rana kinematografija služila stereotipnim idejama o koncepciji muških i ženskih likova, a što se s vremenom sve više i dublje ukorijenilo u mentalitet kompletnog društva.

Za analizu konstrukcija roda u suvremenim medijskim sadržajima, Kosanović se služi dvjema klasično „ženskim” televizijskim serijama te jednom „muškom”. Uzimajući za primjer *Seks i grad* te *Kućanice*, zaključuje da su navedene sapunice unijele promjene u percepciji idealne slike muškaraca i žena (Kosanović, 2008: 91). *Seks i grad* je bila jedna od prvih televizijskih serija koja se potpuno posvetila „ženskoj” perspektivi društva te čiju su postavu, od one glumačke pa sve do produkcije, činile isključivo žene (Grdešić prema Kosanović, 2008: 91). Posebnost ove sapunice se nalazi u tome što se glavne junakinje nisu bavile „tipično ženskim” temama konverzacije, već su se doticale i društveno neprihvatljivih odnosno tabu tema. Pitanja seksa i seksualnosti, politike, muško-ženskih odnosa te dvostrukih standarda su samo su neka koja se ovdje provlače. *Kućanice* dolaze kao još jedna revolucionarna sapunica

te prate radnju četiri prijateljice čiji su životi, iako izvana lijepi i naizgled savršeni, satkani od mnoštva misterija i tajni. Obje serije imaju mnogo zajedničkih dodirnih točaka, međutim naracija glavnog ženskog lika jest najvažnija i najuočljivija. Također je važno spomenuti to da se glavne junakinje i *Kućanica* i *Seks i grada* bore za pronalaskom svoje ličnosti te zadovoljavanja potreba (Kosanović, 2008: 91). Otvoreno razgovaranje ženskih likova o seksu, seksualnim fantazijama i onome što ih uzbuđuje razbija društvenu predodžbu o ženama kao profinjenim damama čije se spominjanje bilo kakvih seksualnih tema smatra neuglednim i neukusnim. Premda su obje serije promijenile ženski diskurs i koncept ženstvenosti, njihova se cjelokupna struktura sastoji od mode, shopping, izgleda i pretjeranog prikaza senzualnosti žene (Kosanović, 2008: 92), što govori o postojećem patrijarhalnom okviru usprkos nastojanjima da se oslobodi identitet i uklone ideje onog što bi žena trebala biti.

Ponukani mnogim feminističkim pokretima, današnje su serije sve više fokusirane na stvaranje slobodnih, neovisnih ženskih likova. Međutim, upravo iz tog razloga dolazi do problema u formiranju ideja o konceptima muškarca i žene. U televizijskim i filmskim formatima žena je samosvjesna, potpuno neovisna o muškarcu te bez ustručavanja sudjeluje u razgovorima sa seksualnim konotacijama (Bordo prema Kosanović, 2008: 94). Bordo navodi da je to samo jedna od niza strategija kojim se društvena percepcija i koncepti rodnih uloga drže u okvirima patrijarhalnog uređenja (Bordo prema Kosanović, 2008: 94). Patrijarhalni mentalitet dominira pod krinkom pružanja prividne slike kako bi muško-ženske konstrukcije stvarno trebale izgledati.

Poznatom izrekom „seks prodaje“ se i dalje koriste mnoge kompanije u svrhu prodaje svojih proizvoda, a reklame se dijele po „logičnosti“ rodnih podjela. Najveći udio reklama vezanih uz prodaju kućanskih aparata će imati ženu u glavnoj ulozi, dok će muškarci reklamirati proizvode sukladne „muškim karakteristikama“ kao na primjer automobile. Automobili su kao predmet reklamiranja specifični za oba roda. Naime, kada ugledate reklamu za automobile primijetit ćete dvije stvari; muškarac je taj koji opisuje specifikacije automobile, dok je ženina uloga da izgleda seksi što će naposljetku gledatelje ponukati na kupnju automobile. Lubin i Brkić Klimpak navode da su sadržaji koji propagiraju dominaciju fizičkog izgleda upakirani u seksizam koji naposljetku pogađa više žene nego muškarce (Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 214).

Mizoginija je jedna od čestih pojava u medijima, a radi se o diskriminaciji žena prema ljepoti i godinama te negiranjem ili umanjivanjem njihovih profesionalnih postignuća (Milivojević prema Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 215). Također stereotipi karakteristični za mizoginiju su stereotipi vezani za inteligenciju žene (Milivojević prema Lubina i Brkić

Klimpak, 2014: 215). Međutim, gledatelji vrlo često nisu svjesni onoga što im mediji nude i čime su zaokupirani, a čemu služe već spomenute subliminalne poruke. S druge strane to znači da se korištenje određenoga sadržaja ne može ni kontrolirati. Dugotrajnim izlaganjem takvim sadržajima riskiraju se promjene u percepciji dosad ustaljenih vrijednosti (Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 217). Kada je riječ o sjećanju na reklamni proizvod, potrošači se prvenstveno prisjete slike osobe koja ga reklamira (primjerice, žene koja stoji pored kućnog uređaja i smješka se) što naposljetku služi za održavanje stereotipa (Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 217) i „upijanje“ seksizma kao relevantne determinantne kulture u kojoj se nalazimo bez da to prepoznamo. Rodni stereotipi su u medijskim sadržajima, a naročito reklamama, velikih nesrazmjera. Pri tome se misli na suptilno izraženu stereotipizaciju žene, što drugim riječima znači da reklame koje su usmjerene muškoj publici nerijetko u glavnim ulogama imaju žene koje predstavljaju određeni ideal. Taj bi ideal podrazumijevao (polu)gole žene u pozama kojima otvoreno pozivaju na seks, a često imaju samo jedan zadatak – zadovoljiti muškarca (Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 218).

2. PANDEMIJA COVID-19

2.1. Razvoj pandemije, uvođenje *lockdowna* i svakodnevni život

Prosinac 2019. godine će ostati zapamćen po pojavi virusa koji je u rekordnom vremenu zahvatio cijeli svijet. Bolest zvana koronavirus ili skraćeno Covid-19 jest virusna bolest dišnih puteva koju izaziva virus SARS-CoV-2. Riječ je o nasljedniku virusa SARS-CoV-1 koji je pak svijetu poznat kao uzročnik epidemije SARS-a iz 2004. godine. Iako su obje bolesti slične prirode, koronavirus je ipak izazvao dosta veću zabrinutost i strah zbog intenziteta te brzine širenja čime je Svjetska zdravstvena organizacija proglasila stanje pandemije. Premda su vrlo često termini epidemije i pandemije smatrani istoznačnicama, oni se ipak razlikuju prema određenim nijansama. Epidemija označava pojavu bolesti na određenom lokaliziranom području, dok se pandemiju prepoznaje rapidnim širenjem bolesti u vrlo kratkom periodu na više zemalja ili kontinenata (Civilna zaštita i Hzzjz, 2020: 1). Većina se zemalja svijeta odlučila na uvođenje *lockdowna* odnosno karantene. Svrha *lockdowna*, koji se u Hrvatskoj odvijao od sredine ožujka pa sve do kraja travnja 2020. godine, je bila suzbijanje zaraze i poboljšanje zdravstvene slike stanovništva. Međutim takve su tridesetodnevne okolnosti imale posljedice na psihička te emocionalna stanja.

Virus Covid-19 je čitav svijet okrenuo za 180 stupnjeva. Njegova pojava nije utjecala samo na zdravstvene aspekte društva, već i na društvene te ekonomske. Mnoge su se zemlje koristile mjerama kao što su policijski sat, zatvaranje granica te potpuni *lockdown* koji je podrazumijevao privremeno zatvaranje obrazovnih institucija, ograničenje rada (posebice uslužnih djelatnosti) te ostajanje kod kuće (Beenhold i Eddy prema Czymara i dr., 2020: 70). U uvjetima kada nam je bilo zabranjeno odvijanje bilo kakvih aktivnosti van kućnog okruženja, društvo je bilo primorano na snalaženje i smišljanje novih načina odvijanja te održavanja interakcija (Brajdić Vuković i Doolan, 2021: 242). Jedina opcija za održavanje odnosa iole sličnim onima koje smo imali u vremenu prije pandemije bila jest online varijanta interakcija. Tako su u vrijeme pandemije kompanije kao što su Facebook, WhatsApp i Zoom doživjele još veći "boom". Osim neobaveznih društvenih događanja i svakodnevnih druženja, velika je većina građana svoj posao ili obavljala online putem koliko god su mogli ili su nažalost privremeno izgubili radno mjesto (Brajdić Vuković i Doolan, 2021: 244). Obrazovanje je također poprimilo online oblik stoga su djeca i mladi ostajali doma.

Brojni su se znanstvenici najviše interesirali za psihološke učinke koje je pandemija imala na pojedince. Međutim, osim onih psiholoških tu su i razne posljedice vezane za sam način ponašanja te promjene raspoloženja. Shodno tome, Đogaš i suradnici su svoje

istraživanje usmjerili upravo na probleme koji su se pojavili u aspektu načina ponašanja te raspoloženja ljudi. Kako bi uvidjeli postoje li promjene koje je zatvaranje ili *lockdown* unijelo u hrvatsko društvo, proveli su istraživanje od sredine travnja do početka svibnja odnosno do kraja karantene. Provedeno je kvantitativno istraživanje na uzorku od 3027 sudionika iz opće populacije (od kojih je 70, 3% žena). Koristili su se metodom ankete odnosno *online* upitnika za samoprovjeru. Neki od rezultata ukazuju da se tijekom karantene kod žena povećala stopa upotrebe cigareta, dok se kod muškaraca smanjila učestalost ispijanja kave. Promjene u konzumaciji alkohola vidljive su kod oba spola na način da se povećao udio onih koji ili uopće nisu pili alkohol ili su konzumirali više od sedam pića tjedno, dok se smanjio broj onih koji su povremeno uživali alkohol. Tijekom razdoblja *lockdowna* muškarci su u većem udjelu od žena prakticirali tjelovježbu. Nešto manje od trećine sudionika u istraživanju je izjavilo da su tijekom karantene iskusili debljanje te je vidljiva veća povezanost ženskog spola s debljanjem nego muškog. Navedeni je rezultat sasvim očekivan s obzirom na to da je više muškaraca držalo do tjelovježbe. U kontekstu raspoloženja i njegovih promjena, sudionici su izrazili da su se osjećali smirenije prije nego tijekom *lockdowna*. Kod žena je za vrijeme karantene primjetan velik stupanj tjeskobe, dok muškarci nisu pokazali značajne promjene (Đogaš i dr., 2020: 310-312). Covid-19 *lockdown* je unio promjene u cjelokupan život Hrvata naglašavajući pasivnost zbog nemogućnosti putovanja i svakodnevnih izlazaka iz kuće što je dovelo do probleme na fizičkoj, psihološkoj, ali i emocionalnoj razini.

Istraživanje Brajdić Vuković i Doolan (2021) je bilo osmišljeno u svrhu opisivanja svakodnevice hrvatskih građana tijekom *lockdowna*. Provedba terenskog dijela istraživanja se odvijala u periodu od 14. do 24. travnja 2020. godine (Brajdić Vuković i Doolan, 2021: 248). U istraživanju je sudjelovalo ukupno 447 sudionika od kojih je 393 žena. Služile su se kvantitativnim metodama te podatke prikupljale uz pomoć anonimnog online upitnika na *Google Formsu*. Postavljena pitanja su bila otvorenog tipa, a bila su namijenjena proučavanju promišljanja o pandemiji na različitim razinama; svakodnevice tijekom karantene, (tipičan dan, misli i aktivnosti); promišljanjima o budućnosti; pomoći i podrške te kvalitete mjesta življenja (Brajdić Vuković i Doolan, 2021: 248). Rezultati su pokazali da je karantena za hrvatske građane bila izrazito emotivno iskustvo. Naime u odgovorima sudionica se izmjenjuju zabrinutost zbog pandemije s opuštenosti i optimizmom, strah za budućnost djece i unuka, ali i olakšanje zbog usporavanja životnog tempa te bavljenje smirenim aktivnostima (Brajdić Vuković i Doolan, 2021: 250). Ono što je zanimljivo kod ovog istraživanja u rezultati koji pokazuju da sudionice u dobi mlađoj od 30 godina pokazuju u isto vrijeme smirenost, opuštenost i zabrinutost, dok one u kasnijoj životnoj dobi ističu optimizam i smirenost te nadu

da će sve biti u redu (Brajdić Vuković i Doolan, 2021: 251). Nadalje, proučavajući mentalno zdravlje i otpornost na novonastalu situaciju, Brajdić Vuković i Doolan su došli do rezultata prema kojima žene bez djece ili sa starijom djecom nalaze dobre strane u izolaciji jer im je pružila opušten i usporen životni tok. Žene mlađe od 30 godina pak imaju osjećaj bezvoljnosti ili pasivnosti te cijele dane provode u krevetu (Brajdić Vuković i Doolan, 2021: 251).

2.2. Utjecaj *lockdowna* na tjelesni izgled

Premda kratkotrajan, *lockdown* uzrokovan korona krizom je promijenio životne navike pojedinaca među kojima spadaju prehrana te odnos prema tijelu i zdravlju istoga. Za neke *lockdown* nije imao poseban značajan, dok su pojedini u tom razdoblju vidjeli potencijalnu motivaciju za mijenjanje dotadašnjih navika. Tako je nastao projekt pod nazivom #StayHomeStayFit. Potonji je osmišljen kao posljedica koncepta da bi ostanak kod kuće u borbi protiv pandemije COVID-19 mogao postati prilika za poboljšanje načina života i zdravlja stanovništva (Lucini i dr., 2020: 4). #StayHomeStayFit je osmišljen kao multidisciplinarna suradnja čiji je cilj pružiti korisne informacije i pouzdane savjete namijenjene općoj populaciji u vrijeme kada je komunikacija bila otežana (Lucini i dr., 2020: 4). Zbog ograničenja kretanja ljudi i promjena na dostupnost hrane tijekom dana, *lockdown* može značajno utjecati na prehrambene navike ljudi, ponašanje pri tjelovježbi i *body image* (Robertson i dr., 2021: 1).

Neki su znanstvenici izrazili zabrinutost zbog potencijalnog povećanja sjedilačkog ponašanja i oscilirajućih obrazaca prehrane u općoj populaciji (Di Renzo i dr., 2020; Naja i Hamadeh, 2020). Kako je *lockdown* utjecao na prehrambene navike talijanskog stanovništva, govori istraživanje Di Renzo i suradnika (2020). Ono je provedeno anketnim upitnikom na uzorku od 3,533 sudionika te je pokazalo uočene percepcije debljanja. Slične rezultate pokazuje istraživanje o prehrani i tjelovježbi provedeno u Australiji na uzorku od 5,469 sudionika gdje je zabilježeno pojačano ponašanje ograničavanja i prejedanja (Phillipou i dr., 2020). Robertson i suradnici (2021) su proveli istraživanje s ciljem ispitivanja percepcija utjecaja *lockdowna* na prehranu ljudi, vježbanje i slika tijela u Ujedinjenom Kraljevstvu. Ovo longitudinalno istraživanje na 264 sudionika je pokazalo rezultate prema kojima je nešto više od polovine sudionika izjavilo je da im je bilo teže regulirati ili kontrolirati svoju prehranu, a 60% je izjavilo da su bili i više zaokupljeni hranom/jedenjem (Robertson i dr., 2021: 3). Također, žene su prijavile veće percipirane promjene od muškaraca te imaju sve veću zabrinutost oko svog izgleda (Robertson i dr., 2021: 4).

Pandemija je posebno uzela danak na mentalnom zdravlju vezanom uz pogled na tjelesni izgled.³ Stres popraćen tjeskobom, a uzrokovan stalnim boravkom kod kuće, je pogodio i muškarce i žene. Zbog fizičke smo izolacije bili primorani više vremena provoditi na društvenim mrežama što je dodatno pojačalo okidače raznih problema psihičkog zdravlja, među kojima su najčešći bili tjelesna dismorfija i negativna slika o vlastitom tjelesnom izgledu. Tjelesna dismorfija spada pod poremećaje anksioznosti, a obuhvaća opsjednutost tjelesnim anomalijama koje ili ne postoje ili su u tolikoj mjeri minimalne da su zapravo zanemarive (Phillips, 2009: 18-20). Potrebno je naglasiti distinkciju između niskog samopouzdanja i poremećaja kao što je tjelesna dismorfija. Svatko od nas je ponekad imao dane kada ne bismo bili zadovoljni time kako izgledamo; ljudi smo i naprosto nismo savršeni te smo više-manje svjesni svojih nedostataka. Međutim u situacijama kada osoba provodi dane ispred ogledala otvoreno vrijeđajući sebe ili pak ide do ekstrema da izbjegava odlazak na posao ili druženje s bliskim osobama, tada govorimo o tjelesnoj dismorfiji (Phillips, 2009: 18-20). Ovaj poremećaj je često od strane društva zanemaren te, u najboljem slučaju, okarakteriziran kao jednostavan i lagan. Osobe koje pate od tjelesne dismorfije dnevno provedu najmanje sat vremena razmišljajući o tome kako njihove „mane“ izgledaju drugima. U prosjeku, najčešće provedu tri do osam sati dnevno promatrajući, ali i pronalazeći ono za što misle da su nedostaci njihova tjelesnog izgleda (Phillips, 2009: 17). Tjelesna je dismorfija potencijalno kobna za pojedinca u slučaju da ne potraži adekvatnu pomoć jer dovodi do pojave depresije i suicidalnih misli.

Društvene mreže poput Instagrama, TikToka i YouTubea u vremenu pandemije nisu imale isključivo ulogu zabave već i postavljanja novih trendova, naročito onih vezanih za *body image*. Muškarcima je cilj bio postati što mišićavijim te razviti *six-pack* trbušnjake, dok su žene priželjkivale mršavije figure s jačim *gluteusom*.⁴ Takav je tjelesni izgled kod žena još nazvan *slim-thick* figurom, a na popularnosti je dobio upravo za vrijeme trajanja *lockdowna*. *Slim-thick* izgled podrazumijeva uzak struk, ravan trbuh te izražene bokove i stražnjicu (McComb i Mills, 2022: 165). *Slim-thick* figura je izrazito popularizirana od strane slavni osoba i beauty influencerice kao što su Kim Kardashian, Kylie Jenner ili Beyonce (McComb i Mills, 2022: 165). Problematika ove tjelesne figure se nalazi u njezinom promatranju kroz prizmu idealnog ženskog tijela. Stoga mlade djevojke, pokušavajući ići u korak s trendovima *body imagea*, često (svjesno ili nesvjesno) razvijaju određene poremećaje prehrane poput anoreksije ili bulimije. Tip tijela sa zaobljenim oblinama je nedavno stekao popularnost na društvenim mrežama.

³ <https://www.elonnewsnetwork.com/article/2021/05/pandemic-increases-body-image-issues>

⁴ <https://www.elonnewsnetwork.com/article/2021/05/pandemic-increases-body-image-issues>

Hashtagovi kao što su #curvy, #thicc, #thick i #slimthick relativno su novi, ali popularni *tagovi* koji se koriste na društvenim medijima za označavanje fotografija ženska tijela koja imaju zaobljene bokove, velike stražnjice i bedra (Fargo prema McComb i Mills, 2022: 166).

Istraživanje McComb i Mills (2022) je za cilj imalo ispitati utjecaj oblika tijela koji je karakteriziran širokim bokovima, velikom stražnjicom i grudima, ali vitkim strukom. Uzorak se sastojao od 402 sudionice u dobi od 18 do 25 godina kojima je prikazano 13 slika *Instagram influencera* ili modela koji su imali idealno mršavo, *slim-thick*-idealno ili fit-idealno tijelo. Korištenjem psihometrijske skale vizualne analogne ljestvice, autorice su analizirale utjecaj aktualnog *body type* trenda na subjektivne osjećaje sudionica (McComb i Mills, 2022: 168). Dobiveni rezultati su pokazali da sudionice osjećaju umjerenu do visoku razinu zabrinutosti zbog nesavršenosti svog tjelesnog izgleda te da ideal *slim-thick* slike na njih utječe negativnije od bilo koje druge vrste slika (McComb i Mills, 2022: 170).

TikTok je postao mjesto na kojem se mladi izražavaju na različite načine, dok kultura i struktura platforme potiču korisnike da oponašaju jedni druge i sudjeluju u vrućim temama. Prema izvješćima o gledanju TikTok videa svaki dan, društvene su platforme preplavljene nerealnim idealima tjelesnog izgleda koji diktiraju što bi sve muškarci i žene trebali učiniti kako bi bili privlačni (Liu, 2021: 359). Korisnici TikToka su naviknuli na ove nerealne prikaze tjelesnog izgleda u tolikoj mjeri da ih više uopće ne primjećuju te ih kao takve posljedično i prihvaćaju (Liu, 2021: 359). Khattab u svom istraživanju o najpopularnijim trendovima u videozapisima uz *hashtag* #KarmaisaBitch dolazi do rezultata prema kojima većina korisnika i kreatora videa na TikToku ima stereotipe o izgledu tijelu muškarca i žene.⁵ *Hashtag* #KarmaisaBitch je izveden iz izvorne scene televizijske serije Riverdale koju izgovara lik Veronike Lodge, a označava likovanje nad nesretnim događajem koji se dogodio suparniku.⁶ Svi videozapisi kreirani uz ovaj *hashtag* govore o transformaciji izgleda; protagonist se na početku prikazuje neprivlačnog izgleda nakon čega kaže "Oh, well Karma is a bitch" te doživi kompletan *makeover* (Liu, 2021: 360). Ovakvi videozapisi pokazuju stereotipe o ljepoti te imaju određene značajke koje se ponavljaju. Primjerice, kreator videa namjerno prikazuje simulirane promjene ponašanja; od sramežljivosti i tajanstvenosti u prvoj sceni do samopouzdanja i seksepila u drugoj (Liu, 2021: 360). Najveću pozornost putem lajkova i

⁵ <http://widerscreen.fi/numerot/2019-1-2/synching-and-performing-body-re-presentation-in-the-short-video-app-tiktok/>

⁶ <http://widerscreen.fi/numerot/2019-1-2/synching-and-performing-body-re-presentation-in-the-short-video-app-tiktok/>

komentara dobivaju kreatori koji su iz određenih stanja poput akni ili viška kilograma doživjeli *glow up* čime su iz neprivlačnih postali privlačni i društveno prihvatljivi (Liu, 2021: 360).

Od svih društvenih mreža, možemo izdvojiti TikTok kao onu koja je svoj najveći „boom“ doživjela upravo za vrijeme trajanja pandemije. Nedugo nakon što se njegova upotreba počela rapidno širiti cijelim svijetom, TikTok je u svakidašnjim razgovorima dobio negativnu konotaciju što je inspiriralo razne stručnjake da uđu u dvojbenost TikToka kao aplikacije te njegovog utjecaja na društvo. Shodno tomu možemo reći da je upotreba TikToka i aplikacija sličnog sadržaja tijekom pandemijskog razdoblja s pravom zabrinula stručnjake. U vremenu nemogućnosti izlazaka i druženja s vršnjacima, društvene su mreže postale jedini vid zabave te interakcije s drugima. Potonje je djelovalo kao plodno tlo za stvaranje, ali i upijanje društvenih trendova; pozitivnih i negativnih.

3. METODOLOŠKI ASPEKTI ISTRAŽIVANJA

Tijelo i tjelesni izgled, premda aktualni, nisu uvijek jednostavni za proučavanje pogotovo ako u obzir uzimamo prostorno-vremenski okvir. Pandemija korona virusa kao globalna pojava s već trogodišnjim trajanjem se pokazala prikladnom za istraživanja na područjima tijela, tjelesnosti te tjelesnog izgleda. Stoga predmet ovog istraživanja čine stavovi i percepcije mladih o tjelesnom izgledu za vrijeme COVID-19 pandemije. Drugim riječima, zanimalo nas je kako mladi muškarci i žene promatraju vlastiti tjelesni izgled te kako su se prema istome odnosili tijekom trajanja pandemije. Za potrebe istraživanja uzet je prigodan uzorak. Prigodno uzorkovanje je metoda prikupljanja uzoraka koji su prikladno smješteni i lako dostupni oko neke lokacije ili internetske usluge (Saunders i dr., 2012: 241). Riječ je o uzorku koji se najčešće koristi kada drugi nije dostupan (Pivac i Rozga, 2006: 25). U slučaju ovog istraživanja, uzorak uključuje mlade muškarce i žene iz Splita u dobi od 20 do 34 godine (vidi tablicu 1). Navedenu smo dobnu skupinu izabrali prema ukupnom broju muškaraca i žena u Splitu na Državnom zavodu za statistiku. Planiran je uzorak od 1% s brojem sudionika 350 ($N \approx 350$). Međutim, anketni je upitnik naposljetku ispunilo 386 mladih. Podaci o populaciji mladih prikupljeni su s Državnog zavoda za statistiku (dzs.hr).

Tablica 1. Populacija mladih u Splitu prema spolu i dobi

DOB	Dobna struktura	Ukupno (f / %)	Uzorak (N=350) prema dobi (f)
	20-24	11.106 / 31,67	≈111
	25-29	11.735 / 33,46	≈117
	30-34	12.225 / 34,86	≈122
SPOL	Spolna struktura	Ukupno (f / %)	Uzorak (N=350) prema spolu (f)
	m	17.551 / 50,05	≈175
	ž	17.515 / 49,94	≈175

S obzirom na prigodni uzorak, u istraživanju se nije postigla zastupljenost mladih prema dobi i spolu s obzirom na njihovu distribuciju u cjelokupnoj populaciji.

Opći cilj ovog istraživanja je bio ispitati percepcije mladih u Splitu o tjelesnom izgledu tijekom pandemije. Također su definirana četiri posebna cilja koja dodatno pojašnjavaju te upotpunjuju navedeni opći cilj:

- ispitati zadovoljstvo mladih vlastitim tjelesnim izgledom
- ispitati utjecaj pandemije na odnos mladih prema tjelesnom izgledu
- ispitati ulogu društvenih mreža u odnosu prema tijelu među mladima
- ispitati načine održavanja tjelesnog izgleda kod mladih tijekom pandemije

U kontekstu navedenih ciljeva, zanimale su nas razlike između muškaraca i žena te su postavljene sljedeće hipoteze istraživanja:

[H₁] – muškarci će biti zadovoljniji vlastitim tjelesnim izgledom od žena

[H₂] – žene su tijekom pandemije više posvećivale pažnju tjelesnom izgledu od muškaraca

[H₃] – društvene mreže više utječu na način promatranja vlastitog tijela kod žena nego kod muškaraca

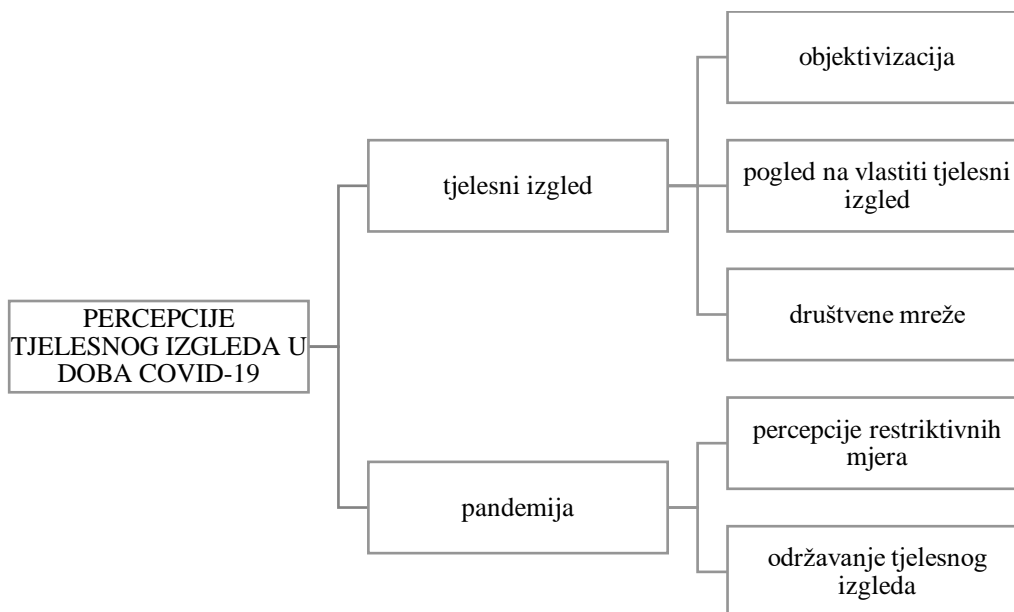
[H₄] – žene su tijekom pandemije više reducirale odlazak u kozmetičke salone za razliku od muškaraca

Kako bismo što bolje utvrdili percepcije mladih u Splitu, odabrali smo kvantitativno istraživanje provedeno uz pomoć metode ankete te online upitnika kao mjernog instrumenta. Metoda ankete jest metoda kojom prikupljamo empirijske podatke o stavovima ili mišljenjima na temelju različitih društvenih pojava. Uključuje sastavljanje skupa pitanja u obliku upitnika koji služe za dokazivanje ili pobijanje iznesene hipoteze. Kao instrument za prikupljanje podataka se koristio online upitnik. Online upitnik je instrument za istraživanje koji je objavljen ili poslan putem internet, a sastoji se od popisa pitanja uz izbor odgovora na obrascu koji služi za dobivanje konkretnih informacija od sudionika (Edgar i Manz, 2017: 137).

Instrument ovog istraživanja se sastojao od pitanja zatvorenog tipa koja smo razdvojili u nekoliko sljedećih setova: strukturalna obilježja; objektivizacija; pogled na vlastiti tjelesni izgled; načini održavanja tjelesnog izgleda za vrijeme pandemije; uloga društvenih mreža u odnosu prema tijelu i percepcije restriktivnih mjera. Terenski dio istraživanja je proveden krajem svibnja i završen početkom srpnja 2022. godine. Online upitnik u *google forms* obliku je bio postavljen na nekoliko društvenih mreža. Na društvenoj mreži *Facebook* upitnik je postavljen u nekoliko grupa, a to su „Imaginacija“; „Sociologija diplomski 2019/2020“ te „Anketalica – podijeli svoju anketu“. Provedba online upitnika se također vršila preko društvene mreže *Instagram* gdje je upitnik postavljen na osobnom *Instagram* računu studentice putem *Instagram storyja*.

U nastavku se nalaze prikazi konceptualizacije i operacionalizacije varijabli te indikatora korištenih u istraživanju (vidi *prikaz 1 i 2*).

Prikaz 1. Konceptualna shema istraživanja



Prikaz 2. Operacionalni nacrt istraživanja

VARIJABLE	METODOLOŠKA RAZINA	INDIKATORI
STRUKTURALNA OBILJEŽJA	individualna	spol, dob, seksualna orijentacija, stupanj obrazovanja, bračni status, radni status
TJELESNI IZGLED	individualna/grupna/društvena	objektivizacija – prosuđivanje na temelju tjelesnog izgleda, komentiranje tjelesnog izgleda drugih, osobni doživljaji... pogled na vlastiti tjelesni izgled – zadovoljstvo tjelesnim izgledom, posvećivanje pozornosti, pridavanje važnosti prije i za vrijeme pandemije... uloga društvenih mreža u odnosu prema tijelu – predstavljanje na društvenim mrežama, utjecaj, selfie...
PANDEMIJA	individualna/grupna	percepcije restriktivnih mjera – obavljanje uobičajenih aktivnosti, održavanje odnosa, odnos prema tijelu... načini održavanja tjelesnog izgleda – prehrana, fizičke aktivnosti, odlasci u frizera/kozmetičara...

4. EMPIRIJSKI ASPEKTI ISTRAŽIVANJA

4.1. Strukturalna obilježja

Prvim setom pitanja ispitivala su se određena strukturalna obilježja sudionika istraživanja, odnosno mladih Splitsana i Splitsanki. Pitanja su se odnosila na spol, dob, seksualnu orijentaciju, status obrazovanja, radni i bračni status te mjesto stanovanja. U istraživanju je tako sudjelovalo ukupno 386 Splitsana u dobi od 20 do 34 godine, od kojih je 289 žena i 97 muškaraca. Navedeno prikazuje veću distribuciju osoba ženskog spola (74,9%) spram osoba muškog spola (25,1%) u spolnoj strukturi sudionika (vidi *grafički i tablični prikaz 1*). Prema dobnoj strukturi, najviše je sudionika u dobi od 20 do 24 godine života (58,81%), potom slijede one od 25 do 29 godina (25,4%) te od 30 do 34 godine (15,8%) (vidi *grafički prikaz i tablični prikaz 2*).

Kod seksualne orijentacije, najveći broj sudionika se opredijelio za heteroseksualnu (92,5%), zatim biseksualnu (3,4%) i homoseksualnu orijentaciju (2,8%). Osim navedenih odgovora, sudionicima je bilo ponuđeno da pod opciju „nešto drugo” upišu odgovor u kojem se pronalaze. Tako se dvoje sudionika izjasnilo kao aseksualno što čini 0,5% rezultata. Također su zabilježeni odgovori poput „panseksualna orijentacija”, „queer” te „demi romantic asexual” koji dijele postotak od 0,26% (vidi *grafički i tablični prikaz 3*). Po pitanju bračnog statusa rezultati pokazuju da je najveći udio njih slobodno (48,4%). Odmah nakon slijede oni u vezi (37,3%) te u braku (14%). Najmanji postotak sudionika čine rastavljeni sa 0,3% (vidi *grafički i tablični prikaz 4*).

Prema postignutom stupnju obrazovanja, 46,6% sudionika je sa završenom srednjom školom. Zatim slijede oni s preddiplomskim/stručnim studijem (33,2%) i završenim diplomskim/specijalističkim studijem (18,9%). Najmanji udio sudionika (1,3%) nalazi se na doktorskom studiju (vidi *grafički i tablični prikaz 5*). Glede radnog statusa sudionika, podjednako ih je zaposleno (37,8%) i nezaposleno (37,8%), dok je 24,4% zaposleno preko student servisa (vidi *grafički i tablični prikaz 6*). Više od polovine (58%) mladih živi u roditeljskom stanu/kući. Nadalje, 22% ih živi u vlastitom stanu/kući, a njih 7,5% živi sa svojim partnerom/icom (vidi *grafički i tablični prikaz 7*).

4.2. Tjelesni izgled

4.2.1. Objektivizacija

Pokušali smo doznati stavljaju li mladi Splitsani i Splitsanke fokus na tjelesni izgled te smo shodno tomu sudionicima postavili nekoliko pitanja vezanih za komentiranje tjelesnog izgleda, ali i za prosuđivanje istog u kontekstu formiranja društvenih odnosa. Na temu prosuđivanja drugih prema njihovom tjelesnom izgledu, malo više od polovine (50,8%) to donekle radi, dok 35% sudionika ne prosuđuju ljude oko sebe prema njihovom tjelesnom izgledu za razliku od ostalih 14,2%. Također, donekle komentira tjelesni izgled drugih njih 51,6%, dok je u sličnim distribucijama onih koji komentiraju (25,4%) i/ili ne (23,1%). Većina (91,7%) mladih ne dobacuje na račun tjelesnog izgleda drugih u odnosu na one koji dobacuju (5,4%) ili je to donekle (2,8%). Manje od polovine (47,7%) sudionika se susreće s komentiranjem njihovog izgleda, 37% ih se donekle susreće, dok ih se 15,3% uopće ne susreće s komentarima na račun njihova izgleda. Mladi naposljetku ne doživljavaju dobacivanje na račun vlastitog tjelesnog izgleda (41,25), dok je slično onih koji to doživljavaju (29,3%) i/ili donekle (29,5%) (vidi *tablični prikaz 8* i *grafičke prikaze 8.1-8.5*).

4.2.2. Pogled na vlastiti tjelesni izgled

Nešto više od trećine (37,6%) mladih zadovoljno je svojim tjelesnim izgledom, donekle njih 49,75%, a nezadovoljnih tjelesnim izgledom ima 12,7%. Dosta pažnje svom tjelesnom izgledu posvećuje 25,1% sudionika, dok 51,6% to radi donekle ili ne radi uopće (23,3%). Samo 11,7% sudionika smatra da je njihov tjelesni izgled idealan za razliku od 28,2% mladih koji se donekle s time slažu i 60,1% onih koji ne smatraju da imaju idealan tjelesni izgled. Želju za promjenom određenih značajki svog izgleda ima 58,5% mladih, 30,1% njih donekle želi promijeniti određene karakteristike na svom izgledu, dok 11,4% sudionika nema takvih želja (vidi *tablični prikaz 9* i *grafičke prikaze 9.1-9.4*).

Sukladno postavljenom posebnom cilju kojim se želio ispitati odnos mladih prema tjelesnom izgledu postavljena je prva hipoteza [**H₁**] koja glasi: muškarci će biti zadovoljniji vlastitim tjelesnim izgledom od žena. Za provjeru ove hipoteze proveden je neparametrijski **Mann Whitney U test**. Naime, iako muškarci imaju veći srednji rang kada je u pitanju zadovoljstvo tjelesnim izgledom, p je manji od 0.05 ($p < 0.05$), ali veći od srednje vrijednosti ($Z = -2,947$) čime je potvrđena prva hipoteza.

Prikaz 1. Razlike u zadovoljstvu tjelesnim izgledom između muškaraca i žena

	spol	N	Srednji rang	Medijan	Interkvartilni raspon (IQR)
zadovoljstvo izgledom	muško	97	219,69	2,00	2,00-3,00
	žensko	289	184,71	2,00	2,00-3,00
	ukupno	386			

	zadovoljstvo izgledom
Mann-Whitney U	11476,000
Wilcoxon W	53381,000
Z	-2,947
asymptotic significance (2-tailed) p-value	0,003

Pojava pandemije je uzrokovala promjene u vidu brige za tijelo, ali i održavanja tjelesnog izgleda. Sukladno tome, daljnji interesi usmjereni su prema tjelesnom izgledu (važnosti, brizi, težini...) i pogledima mladi za vrijeme pandemije. Za polovinu sudionika (50,5%) tjelesni je izgled imao jednaku važnost prije i tijekom pandemije, 27,5% ih se s navedenim donekle slaže, dok ih se 22% s time ne slaže. Manje od četvrtine (18,1%) mladih smatra da su prije pandemije više brinuli o tjelesnom izgledu te ih se slično toliko s time donekle složilo (17,6%), dok 64,2% mladih ne smatra da su više brinuli o svom tjelesnom izgledu prije pandemije. Sukladno tome, 19,2% njih smatra da su tijekom pandemije posvećivali više pažnje tjelesnom izgledu nego prije ili su to radili donekle (21,2%), dok 59,6% smatra da nisu. Nadalje, 25,9% mladih tijekom *lockdowna* primijetilo dobitak kilograma, donekle njih 14,2%, dok ih 59,8% to nije primijetio. Oko trećine (31,9%) mladih nije uočilo nikakve promjene na tjelesnom izgledu (tijekom *lockdowna*), donekle je to uočilo 21,2%, dok 46,9% njih nije uočilo nikakve promjene (*vidi tablični prikaz 9 i grafičke prikaze 9.5-9.9*).

Druga postavljena hipoteza [**H₂**] je pretpostavljala da su žene tijekom pandemije više posvećivale pažnju tjelesnom izgledu od muškaraca. Prilikom provjere hipoteze, korišten je **Mann-Whitney U test** kojim je navedena hipoteza opovrgnuta. Kao i u slučaju prve hipoteze, srednji rang kod muškaraca je veći kada je u pitanju veće posvećivanje pozornosti tjelesnom izgledu tijekom pandemije. *P* vrijednost, iako veća od srednje vrijednosti, iznosi 0,161 što je veće od korištene razine značajnosti od 0,05. Drugim riječima, nije pronađena statistički značajna razlika između muškaraca i žena u kontekstu većeg posvećivanja pozornosti tjelesnom izgledu tijekom pandemije ($U = 12846,500$, $Z = -1,401$, $p = 0,161$).

4.2.3. Uloga društvenih mreža u odnosu prema tijelu

Društvene mreže i mediji su vrlo relevantni i značajni za istraživanje fenomena poput tjelesnog izgleda. Uzmemo li u obzir dugogodišnje trajanje pandemije kada su primarnu ulogu u imali upravo mediji i medijski sadržaji, možemo pretpostaviti da je njihova upotreba tijekom pandemije ostavila posljedice na aspekt tjelesnog izgleda. Oko trećine (33,9%) mladih se na društvenim mrežama predstavlja u najboljem izdanju ili je to donekle (38,6%), dok se 27,5% tako ne predstavlja. Društvene mreže ne utječu na način na koji mladi promatraju svoje tijelo (48,7%), dok na 23,3% utječu ili donekle (28%) utječu. Više od polovine (56,7%) objavljuje na društvenim mrežama iako nisu potpuno sređeni (našminkani, odjeveni i sl.), dok ih 20,7% tada ne objavljuje ili donekle (22,5%) ne objavljuje. Svoj tjelesni izgled 65,8% mladih ne uspoređuje s poznatim osobama koje prate, dok ih to radi 11,7% ili donekle (22,5%) radi. Isto tako, 62,7% ih nije tijekom pandemije učestalije pratilo influencere, dok 16,6% je ili su ih donekle (20,7%) pratili (vidi *tablični prikaz 11* i *grafičke prikaze 11.1-11.5*).

Ovdje je postavljena i treća istraživačka hipoteza [**H₃**]: društvene mreže više utječu na način promatranja vlastitog tijela kod žena nego kod muškaraca. Kako bi se utvrdila statistički značajna razlika vrši se neparametrijski **Mann-Whitney U test**. Srednji rang kod žena, kada je u pitanju utjecaj društvenih mreža na promatranje vlastitog izgleda, je veći nego kod muškaraca. *P* vrijednost je manja od 0.05 ($p < 0.05$), no ipak veća od srednje vrijednosti ($Z = -3,691$) što potvrđuje postavljenu hipotezu.

Prikaz 2. Društvene mreže više utječu na način promatranja vlastitog tijela kod žena nego kod muškaraca

	spol	N	Srednji rang	Medijan	Interkvartilni raspon (IQR)
utjecaj društvenih mreža na način promatranja vlastitog tijela	muško	97	160,15	1,00	1,00-2,00
	žensko	289	204,69	2,00	1,00-3,00
	ukupno	386			

	utjecaj društvenih mreža na percepciju vlastitog tijela
Mann-Whitney U	10781,500
Wilcoxon W	15534,500
Z	-3,691
asymptotic significance (2-tailed) p-value	0,000

4.3. Pandemija

4.3.1. Percepcije restriktivnih mjera

U ovom smo anketnom upitniku također ispitali i svakodnevni život u vrijeme COVID-19 pandemije te smo od sudionika pokušali doznati u kolikom su intenzitetu pandemijske mjere utjecale na odvijanje njihovih svakodnevnih aktivnosti. Većina (72,3%) mladih smatra da su pandemijske mjere utjecale na odvijanje njihovog svakodnevnog života (odlasci na posao, fakultet...) ili je to donekle (18,4%), dok se 9,3% s time ne slaže (9,3%). Također, većina (75,6%) smatra da su pandemijske mjere utjecale i na aktivnosti društvenog života (odlasci u kino, kafiće, kazalište...) (75,6%) ili je to donekle (17,4%), dok se 7% s time ne slaže. Ujedno tako, većina (73,8%) smatra da su mjere utjecale na mogućnosti putovanja s čime se i donekle slaže njih 17,1%, dok se 9,1% ne slaže. Manje od polovine (49,7%) mladih smatra da su pandemijske mjere utjecale na učestalost održavanja odnosa (s prijateljima, partnerom/icom.), dok se 24,6% s time donekle slaže ili se ne slaže (24,6%). Također, manje od polovine (47,2%) smatra da su pandemijske mjere utjecale na prisustvovanje obiteljskim okupljanjima, dok se 25,4% s time donekle slaže ili se ne slaže (27,5%). Konačno, rezultati su drukčiji kada je riječ o utjecaju pandemijskih mjera na odnos prema sebi i vlastitom tijelu. S time se sudionici u najvećem udjelu ne slažu (41,7%). S navedenim se slaže 30,1% mladih ili se s time donekle slažu (28,2%). Primjetno je da su pandemijske mjere prema sudionicima najviše utjecale na aktivnosti društvenog života, odvijanje svakodnevnog života i mogućnosti putovanja, a manje na učestalost održavanja odnosa, prisustvovanje obiteljskim okupljanjima te odnos prema sebi i vlastitom tijelu (vidi *tablični prikaz 12* i *grafičke prikaze 12.1-12.6*).

4.3.2. Načini održavanja tjelesnog izgleda

Oko polovine (51,8%) mladih smatra da se u donekle zdravo hrani ili u potpunosti (15,3%), dok 32,9% ne smatra da se zdravo hrani. Do zanimljivih rezultata dolazimo kada je u pitanju utjecaj pandemije na prehrambene navike sudionika. Naime, malo više od polovine (55,7%) smatra da pandemija nije utjecala na njihove prehrambene navike, dok je za njih 17,6% utjecala ili je donekle (26,7%) utjecala. Većina (66,8%) smatra da za vrijeme *lockdowna* nisu više pazili na prehranu, dok je 15,3% njih više pazilo ili su donekle (17,9%) pazili (vidi *grafičke prikaze 10.1-10.3*).

Nešto više od polovine (55,2%) mladih nije se počelo baviti sportskim/tjelesnim aktivnostima tijekom pandemije, dok se 22,3% počelo ili donekle (22,5%) počelo baviti aktivnostima. Učestalost sportskih/tjelesnih aktivnosti nije reduciralo 60,1% njih, dok je 17,9%

onih koji su tijekom pandemije svoje aktivnosti reducirali ili su ih donekle (22%) reducirali. Ujedno tako, 59,8% smatra da im *lockdown* nije bio push faktor za bavljenje aktivnostima, dok je on za 18,9% bio push faktor za bavljenje sportskim/tjelesnim aktivnostima ili je to donekle (21,2%) bio (vidi *grafički prikaz 10.4-10.7*).

Za vrijeme *lockdowna* mladi se nisu više posvetili brizi za tijelo (59,3%), dok se 17,6% ipak tome više posvetio ili donekle (23,1%). S druge strane, manje od polovine je za vrijeme pandemije reduciralo odlaske u frizerske (45,9%) i kozmetičke (46,1%) salone. Odlaske u frizerske (36,5%) i kozmetičke (42%) salone dio njih ipak nije reduciralo ili su donekle reducirali svoje odlaske u frizerske (17,6%) i kozmetičke (11,9%) salone. U konačnici, 54,5% mladih nije poželjelo promijeniti nešto u svome izgledu za razliku od onih koji jesu (21,8%) ili onih koji su to donekle (23,8%) poželjeli (vidi *tablični prikaz 10 i grafičke prikaze 10.8-10.11*).

U kontekstu načina održavanja tjelesnog izgleda, postavljena je četvrta hipoteza **[H₄]** koja glasi: žene su tijekom pandemije više reducirale odlazak u kozmetičke salone za razliku od muškaraca. Ovdje je također korišten neparametrijski test, **Mann-Whitney U**. U ovom slučaju je srednji kod žena veći nego kod muškaraca. *P vrijednost* je manja od 0.05 ($p < 0.05$), ali je veća od srednje vrijednosti ($Z = -2,379$) te je stoga hipoteza potvrđena.

Prikaz 3. Žene su tijekom pandemije više reducirale odlazak u kozmetičke salone od muškaraca

	spol	N	Srednji rang	Medijan	Interkvartilni raspon (IQR)
reduciranje odlazaka u kozmetičke salone	muško	97	172,30	1,00	1,00-3,00
	žensko	289	200,61	2,00	1,00-3,00
	ukupno	386			

	reduciranje odlazaka u kozmetičke salone
Mann-Whitney U	11960,500
Wilcoxon W	16713,500
Z	-2,379
asymptotic significance (2-tailed) p-value	0,017

5. RASPRAVA I ZAKLJUČAK

Imajući u vidu pandemiju i njezin utjecaj na pojedince, ali i na razvoj društvenih fenomena, ovaj se završni rad bavio istraživanjem percepcija tjelesnog izgleda kod mladih muškaraca i žena u gradu Splitu tijekom pandemije. Nastojalo se dobiti uvid u način odnošenja mladih prema tjelesnom izgledu. S obzirom na istraživačku svrhu u radu su obuhvaćena dva koncepta: tjelesni izgled i pandemija. Posebni su ciljevi rada ispitati zadovoljstvo mladih vlastitim tjelesnim izgledom, ispitati utjecaj pandemije na odnos mladih prema tjelesnom izgledu, ispitati ulogu društvenih mreža u odnosu prema tijelu među mladima te ispitati načine održavanja tjelesnog izgleda kod mladih tijekom pandemije. Postavljene su i hipoteze s obzirom na razlike između žena i muškaraca. Istraživanje je provedeno online pomoću anketnog upitnika, a prigodnim je uzorkom obuhvaćeno 386 mladih Splitskana i Splitskanki (što je 0,3% populacije mladih grada Splita). U istraživanju su većinom sudjelovale žene, a najveći broj sudionika je pripadao dobnoj skupini od 20 do 24 godine. Sudionici su u najvećem udjelu heteroseksualne orijentacije. Što se tiče bračnog statusa, najveći je broj onih slobodnog statusa. Glede radnog statusa jednak je broj zaposlenih i nezaposlenih. Najveći broj sudionika ima završenu srednju školu te žive u roditeljskoj kući/domu.

Prema dobivenim rezultatima, polovina mladih donekle druge prosuđuje i komentira prema njihovom tjelesnom izgledu. Slično toliko ih se susreće i s komentarima na račun vlastitog tjelesnog izgleda, ali to ne doživljavaju osobno. Svojim tjelesnim izgledom polovina mladih je donekle zadovoljna te mu donekle posvećuju dosta pažnje. Pokazala se statistički značajna razlika između muškaraca i žena u zadovoljstvu tjelesnim izgledom s kojim su zadovoljniji muškarci. Navedeno možemo povezati s dosadašnjim istraživanjima prema kojima žene imaju veće nezadovoljstvo svojim izgledom (Davison i McCabe, 2006; Feingold i Mazzella, 1998; Ivić, 2019; Kukić, 2017). Druge studije, primjerice ona Stanford i McCabe (2002), govore o tome da se žene i muškarci ne razlikuju u nezadovoljstvu tjelesnim izgledom, ali da razlike postoje u određenim aspektima istoga. Tjelesni izgled je za polovinu mladih bio jednako važan prije i tijekom pandemije. Slično toliko ih ne smatra da su prije pandemije više brinuli o svom tjelesnom izgledu ili da su mu tijekom pandemije posvećivali više pažnje. Nije pronađena statistički značajna razlika između muškaraca i žena u kontekstu većeg posvećivanja pozornosti tjelesnom izgledu tijekom pandemije. Trećina mladih se na društvenim mrežama predstavlja u najboljem izdanju ili je to barem donekle. S druge strane, polovina ih ne smatra da društvene mreže utječu na njihovo poimanje tijela. Pokazala se statistički značajna razlika između muškaraca i žena kod kojih društvene mreže više utječu na način promatranja vlastitog tijela.

Pandemijske mjere utjecale su na odvijanje svakodnevnog života mladih poput odlazaka na fakultet ili posao, kao i na aktivnosti društvenog života koje su vidljive kroz odlaske u kino, kafiće i slično. Navedeno se podudara s prijašnjim istraživanjima (Đogaš i dr., 2020) čiji rezultati pokazuju nastale promjene raspoloženja uzrokovane pandemijskom krizom. Kada je riječ o tijelu i tjelesnom izgledu, nešto više od polovine mladih za vrijeme *lockdowna* nije više posvećivala njegovoj brizi niti je slično toliko poželjelo nešto promijeniti u svom tjelesnom izgledu zbog pandemije. Po pitanju održavanja tjelesnog izgleda tijekom pandemije, kod polovine sudionika pandemija nije utjecala na prehrambene navike. Slično tomu, pokazalo se da mladi za vrijeme *lockdowna* nisu dodatno pazili na prehranu, ali i da nisu uočili dobitak kilograma. Ovakvi se rezultati razlikuju od onih ranije provedenih istraživanja prema kojima je za vrijeme *lockdowna* zabilježen porast tjelesne mase (Di Renzo i dr., 2020) kao i pojačano ponašanje ograničavanja i prejedanja (Phillipou i dr., 2020). Nešto više od polovine mladih smatra da *lockdown* nije utjecao na učestalost njihova bavljenja sportskim/tjelesnim aktivnostima niti im je bio poticaj. S druge strane, manje od polovine je ipak smanjio svoje odlaske u frizerske i kozmetičke salone za razliku od sportskih/tjelesnih aktivnosti. Pokazala se statistički značajna razlika između muškaraca i žena koje su tijekom pandemije reducirale svoje odlaske u kozmetičke salone.

Ovo se istraživanje pokušalo približiti fenomenu tjelesnog izgleda u suvremenom društvenom kontekstu. Potrebno je osvrnuti se na ograničenja istraživanja koja mogu utjecati na generaliziranje rezultata na opću populaciju zbog nejednake distribucije mladih sudionika s obzirom na neka njihova strukturalna obilježja (primjerice, dobnu i spolnu strukturu). Nadalje, istraživanje se provodilo putem *online* upitnika te, iako je sudjelovanje u njemu omogućavalo anonimnost, ne možemo biti sigurni daju li sudionici iskrene odgovore te pripadaju li dani demografski podaci zaista osobi koja je ispunjavala upitnik. Također upitnik je bio postavljen na dvije društvene mreže (*Instagram* i *Facebook*) pa bi bilo korisno da se u budućim istraživanjima prilikom prikupljanja podataka uključe i druge društvene mreže (*WhatsApp*, *LinkedIn*...) radi proširivanja istraživačkog uzorka. S obzirom na to da su pandemija Covid-19 i odgovarajuće joj mjere još uvijek vrlo svježa i aktualna društvena tema, potrebno ju je „iscrpiti“ u što više novih istraživanja koje će fokus staviti na utjecaj pandemije na svakodnevni život mladih i njihov odnos prema vlastitom tijelu. Uzimajući u obzir kako je riječ o kompleksnoj tematici koja zahtijeva širu perspektivu, preporuka za daljnje analize je provesti sustavnije istraživanje koje bi se temeljilo na većem uzorku s ravnomjernim distribucijama te bi se stoga i rezultati mogli prikazati reprezentativnim za populaciju mladih.

6. LITERATURA

1. Adamović, M.; Maskalan, A. (2011) Tijelo, identitet i tjelesne modifikacije. *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornog i sociokulturnog razvoja*, 4(1):49-70. DOI: 10.5673/sip.49.1.3
2. Baudrillard, J. (1994). The precession of simulacra. U Baudrillard, J. (ur.), *Simulacra and simulation* (str. 1-45). Ann Arbor, Michigan: University of Michigan Press.
Dostupno na:
[https://books.google.hr/books?id=9Z9biHaoLZIC&pg=PA42&dq=U+Baudrillard,+J.+\(ur.\),+Simulacra+and+simulation&hl=hr&sa=X&ved=2ahUKEwj28rXbvqr6AhWkQuUKHXDSDU8Q6AF6BAGLEAI#v=onepage&q=U%20Baudrillard%2C%20J.%20\(ur.\)%2C%20Simulacra%20and%20simulation&f=false](https://books.google.hr/books?id=9Z9biHaoLZIC&pg=PA42&dq=U+Baudrillard,+J.+(ur.),+Simulacra+and+simulation&hl=hr&sa=X&ved=2ahUKEwj28rXbvqr6AhWkQuUKHXDSDU8Q6AF6BAGLEAI#v=onepage&q=U%20Baudrillard%2C%20J.%20(ur.)%2C%20Simulacra%20and%20simulation&f=false). [22.02.2022.]
3. Baudrillard, J. (2001). Simbolična razmjena i smrt. U Baudrillard, J. (ur.), *Simulacija i zbilja* (str. 49-109). Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.
4. Brajdić Vuković, M., Doolan, K. (2021). Očaj i sreća u doba nesreće: raznolikost ženskih doživljaja karantene za vrijeme COVID-19 pandemije. *Sociologija i prostor: Časopis za istraživanja prostornog i sociokulturnog razvoja*, 59(219): 241-265. DOI: 10.5673/sip.59.0.9
5. Calogero, R., M. (2012). Objectification Theory, Self-Objectification, and Body Image. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, 1: 574-580.
6. Civilna zaštita (2020). *Epidemije i pandemije*. Civilna-zastita.gov.hr. Dostupno na: https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%20C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Epidemije%20i%20pandemije_bro%20C5%A1ura%20A5%20-%20web.pdf. [22.02.2022.]
7. Czymara, C. S., Langenkamp, A., Cano, T. (2020). Cause for concerns: gender inequality in experiencing the COVID-19 lockdown in Germany. *European Societies*, 23(1): 68-81. DOI: 10.1080/14616696.2020.1808692
8. DeLoughy, A. (2021). *Study finds COVID-19 pandemic causes increase in body image issues*. Elon News Network. Dostupno na: <https://www.elonnewsnetwork.com/article/2021/05/pandemic-increases-body-image-issues>. [16.10.2021.]
9. Davison, T. E., McCabe, M. P. (2006). Adolescent Body Image and Psychosocial Functioning. *The Journal of Social Psychology*, 146(1): 15–30. DOI:10.3200/SOCP.146.1.15-30

10. Di Renzo, L., Gualtieri, P., Pivari, F., Soldati, L., Attinà, A., Cinelli, G., Leggeri, C., Caparello, G., Barrea, L., Scerbo, F., Esposito, E., De Lorenzo, A. (2020). Eating habits and lifestyle changes during COVID-19 lockdown: an Italian survey. *Journal of Translational Medicine*, 18(229): 1-15. DOI: 10.1186/s12967-020-02399-5
11. Đogaš, Z., Lušić Kalcina, L., Pavlinac Dodig, I., Demirović, S., Madirazza, K., Valić, M., Pecotić, R. (2020). The effect of COVID-19 lockdown on lifestyle and mood in Croatian general population: a cross-sectional study. *Croatian Medical Journal*, 61(4): 309-318. DOI: 10.3325/cmj.2020.61.309
12. Edgar, T. W., Manz, D. O. (2017). Data Collection Methods. U Edgar, T. W., Manz, D. O. (ur.), *Research Methods for Cyber Security* (str. 137-140). Cambridge: Syngress.
13. Erceg, I., Kuterovac Jagodić, G. (2016). Spolne razlike u nezadovoljstvu tijelom i strategijama promjene tjelesnog izgleda u adolescenciji. *Socijalna psihijatrija*, 44(3): 219-233.
14. Erceg Jugović, I. (2011). Nezadovoljstvo tijelom u adolescenciji. *Klinička psihologija*, 4(1-2): 41-58. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/158511>. [22.02.2022.]
15. Esnaola, I., Rodríguez, A., Goñi, A. (2010). Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: gender and age differences. *Salud Mental*, 33(1):21-29.
16. Feingold, A., Mazzella, R. (1998). Gender differences in body image are increasing. *Psychological Science*, 9(3): 190-195. DOI: 10.1111/1467-9280.00036
17. Grdešić, M. (2006). Seks i grad – (a)političnost ženskih žanrova. *Hrvatski filmski ljetopis*, 12(46): 32-42. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/49656>. [22.02.2022.]
18. Groesz, L. M., Levine, M. P., Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of eating disorders*, 31(1): 1-16. DOI: 10.1002/eat.10005
19. Grogan, S. (2016). Media effects. U Grogan, S. (ur.), *Body image: understanding Body Dissatisfaction in Men Women and Children (3rd ed.)* (str. 94-117). London: Routledge.
20. Hoyt, L. T., Niu, L., Pachucki, M. C., Chaku, N. (2020). Timing of puberty in boys and girls: Implications for population health. *SSM-Population Health*, 10: 1-12. DOI: 10.1016/j.ssmph.2020.100549
21. Ivić, L. (2019). *Zadovoljstvo tjelesnim izgledom i korištenje društvenih mreža*. Diplomski rad. Zadar: Odjel za psihologiju Sveučilišta u Zadru.

22. Jameson, F. (1991). The Cultural Logic of Late Capitalism. U Jameson, F. (ur.), *Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism* (str.1-47). Durham: Duke University Press.
23. Jerončić Tomić, I., Mulić, R., Milišić Jandrić, A. (2020). Utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje i mentalno zdravlje mladih. *In medias res: časopis filozofije medija*, 9(17): 2649-2654. DOI: 10.46640/imr.9.17.4
24. Joy, A., Venkatesh, A. (1994). Postmodernism, feminism, and the body: The visible and the invisible in consumer research. *International Journal of Research in Marketing*, 11(4): 333-357. DOI: 10.1016/0167-8116(94)90011-6
25. Khattab, M. (2020). *Synching and performing: body (re)-presentation in the short video app TikTok*. *WiderScreen*, 1-2. Dostupno na: <http://widerscreen.fi/numerot/2019-1-2/synching-and-performing-body-re-presentation-in-the-short-video-app-tiktok/>. [22.07.2022.]
26. Kellner, D. (1997). Culture and media. U Owen, D. (ur.), *Sociology after Postmodernism* (str.138-158). London: SAGE Publications.
27. Kosanović, S. (2008). Suvremene muško-ženske konstrukcije u američkim televizijskim serijama Seks i grad, Kućanice i Vatrene dečki. *Medijska istraživanja*, 14(2): 87-102. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/31325>. [22.07.2022.]
28. Kuhar, M. (2005). Medijske reprezentacije tjelesnog izgleda i samopredodžba mladih. *Medijska istraživanja*, 11(1): 97-112. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/22995>. [22.07.2022.]
29. Kukić, M. (2017). Važnost slike tijela kao moderator odnosa između zadovoljstva slikom tijela i korištenja strategija za smanjenje težine. *Klinička psihologija*, 10: 59-79. DOI: 10.21465/2017-KP-1-2-0004
30. Lubina, T., Brkić Klmpak, I. (2014). Rodni stereotipi: objektivizacija ženskog lika u medijima. *Pravni vjesnik*, 30(2): 213-232. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130938>. [22.07.2022.]
31. Lucini, D., Gandolfi, C. E., Antonucci, C., Cavagna, A., Valzano, E., Botta, E., Chiari, M., Mameli, L., Nahum, M., Brambilla, M. M., Castaldi, S., Biganzoli, E. (2020). #StayHomeStayFit: UNIMI's approach to online healthy. *Acta Biomed*, 91(3): 1-7. DOI: 10.23750/abm.v91i3.10375
32. Liu, J. (2021). The Influence of the Body Image Presented Through TikTok Trend-Videos and Its Possible Reasons. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 559: 359-363. DOI: 10.2991/assehr.k.210609.072

33. Matušan, A. (2017). *Odnos izloženosti medijima i zadovoljstva izgledom*. Diplomski rad. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
34. McCabe, M.P., Ricciardelli, L.A. i Holt, K. (2005). A longitudinal study to explain strategies to change weight and muscles among normal weight and overweight children. *Appetite*, 4(3): 225–234. DOI: 10.1016/j.appet.2005.07.009
35. McCabe, M. P., Ricciardelli, L. A. i Holt, K. (2010). Are there different sociocultural influences on body image and body change strategies for overweight adolescent boys and girls? *Eating Behaviors*, 11(3): 156-163. DOI: 10.1016/j.eatbeh.2010.01.005
36. McComb, E. S., Mills, S. J. (2022). The effect of physical appearance perfectionism and social comparison to thin-,slim-thick, and fit-ideal Instagram imagery on young women's body image. *Body Image*, 40: 165-175. DOI: 10.1016/j.bodyim.2021.12.003
37. Medić, D. (2019). *Odrednice nezadovoljstva tijelomi učestalosti primjene strategija za povećanje mišića*. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu.
38. Naja, F., Hamadeh, R. (2020). Nutrition amid the COVID-19 pandemic: A multi-level framework for action. *European Journal of Clinical Nutrition*, 74(8): 1117-1121. DOI: 10.1038/s41430-020-0634-3
39. Phillips, K. A. (2009). What is Body Dysmorphic Disorder?. U Phillips, K. A. (ur.), *Understanding Body Dysmorphic Disorder* (str. 13-25). Oxford: University Press.
Dostupno na:
https://books.google.hr/books?id=uRTcOYgWj9cC&printsec=frontcover&source=gbs_book_other_versions_r&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. [26.08.2022.]
40. Phillipou, A., Meyer, D., Neill, E., Tan, E. J, Toh, W. L., Van Rheenen, T. E., Rossell, S. L. (2020). Eating and exercise behaviors in eating disorders and the general population during the COVID-19 pandemic in Australia: Initial results from the COLLATE project. *International Journal of eating disorders*, 53(7): 1158-1165. DOI: 10.1002/eat.23317
41. Pivac, S., Rozga, A. (2006). Uzorak. U Pivac, S., Rozga, A. (ur.), *Statistika za sociološka istraživanja* (str. 25-35). Split: Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu.
42. Pope, H. G. Jr., Phillips, K. A., Olivardia, R. (2000). Secrets of the Men at the Olympic Gym. U Pope, H. G. Jr., Phillips, K. A., Olivardia, R (ur.), *The Adonis Complex: The secret crisis of male body obsession* (str. 1-27). New York: The Free Press.

43. Robertson, M., Duffy, F., Newman, E., Prieto Bravo, C., Ates, H. H., Sharpe, H. (2021). Exploring changes in body image, eating and exercise during the COVID-19 lockdown: A UK survey. *Appetite*, 159: 1-6.
44. Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2012). Convenience sampling. U (ur.), *Research Methods for Business Students (6th ed.)* (str. 210-256). London: Pearson Custom Publishing.
45. Shilling, C. (1993). The Body in Sociology. U Shilling, C. (ur.), *The Body and Social Theory* (str. 21-45). London: Sage Publications.
46. Stephens, E. (2008). Flesh Machines: Self Making and the Postmodern Body. U: Anderson, N., Schlunke, K. (ur.), *Cultural Theory in Everyday Practice* (str. 114-121). Oxford University Press. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/43500838_Flesh_machines_self-making_and_the_postmodern_body [13.04.2022.]
47. Stanford, J. N., McCabe, M. P. (2002). Body image ideal among males and females: Sociocultural influences and focus on different body parts. *Journal of Health Psychology*, 7(6): 675–684. DOI: 10.1177/1359105302007006871
48. Strelan, P., Hargreaves, D. (2005). Women who objectify other women: The vicious circle of objectification. *Sex Roles: A Journal of Research*, 52(9-10): 707-712. DOI: 10.1007/s11199-005-3737-3
49. Vujačić, L. (2008). Kultura tijela i „moć“ fizičke ljepote u savremenom društvu – ogled iz antropologije tijela. *Sociološka luča*, 2(1): 108-118.
50. Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Dussing, R., Buhlmann, U., Vocks, S. (2019). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in Psychiatry*, 10: 1-12. DOI: 10.3389/fpyt.2019.00864

7. METODOLOŠKA I EMPIRIJSKA ARHIVA

7.1. Anketni upitnik korišten u istraživanju

Poštovani/-e,

Prilikom pojave virusa COVID-19 i pandemije koja traje već treću godinu za redom, svi su aspekti naših života bili pogođeni te okrenuti za 180° stupnjeva. Pred Vama se nalazi anketni upitnik u kojem se ispituju percepcije mladih Splitsana i SPLICANKI o tjelesnom izgledu u doba COVID-19 pandemije, a u svrhu izrade završnog rada na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta u Splitu. Upitnik je potpuno anonim i dobrovoljan te možete odustati od ispunjavanja anketnog upitnika u bilo kojem trenutku. Dobiveni rezultati bit će prezentirani na javnoj obrani završnog rada. Molim Vas za iskrenost prilikom popunjavanja upitnika.

Zahvaljujem na suradnji i Vašem doprinosu!

1. Spol:
 - 1) muško
 - 2) žensko

2. Dob:
 - 1) 20-24
 - 2) 25-29
 - 3) 30-34

3. Seksualna orijentacija:
 - 1) heteroseksualna
 - 2) biseksualna
 - 3) homoseksualna
 - 4) neka druga: _____

4. Bračni status:
 - 1) slobodan/na
 - 2) u vezi
 - 3) u braku
 - 4) rastavljen/a
 - 5) udovac/udovica

5. Stupanj završenog (postignutog) obrazovanja:
 - 1) srednja škola
 - 2) preddiplomski/stručni studij
 - 3) diplomski/specijalistički studij
 - 4) doktorski studij

6. Status zaposlenja:
 - 1) zaposlen/a
 - 2) nezaposlen/a
 - 3) zaposlen/a preko student servisa

7. Mjesto stanovanja:
 - 1) u vlastitom stanu/kući
 - 2) u roditeljskom stanu/kući
 - 3) u partnerovom stanu/kući
 - 4) u zajedničkom stanu/kući

8. Prema Vašem mišljenju:	ne (1)	donekle (2)	da (3)
prosudujete druge prema njihovom tjelesnom izgledu			
komentirate tjelesni izgled drugih			
dobacujete (npr. žviždanje na ulici) na račun tjelesnog izgleda drugih			
susrećete se s komentiranjem Vašeg tjelesnog izgleda			
doživljavate dobacivanja na račun Vašeg tjelesnog izgleda			

9. Slažete li se sa sljedećim tvrdnjama:	ne (1)	donekle (2)	da (3)
Zadovoljan/na sam svojim tjelesnim izgledom			
Posvećujem dosta pažnje svom tjelesnom izgledu			
Smatram da imam idealan tjelesni izgled			
Želim promijeniti određene značajke svog tjelesnog izgleda			
Tjelesni izgled mi je tijekom pandemije bio jednako važan kao i prije			
Više sam brinuo/la o tjelesnom izgledu prije pandemije			
Tijekom pandemije sam počeo/la posvećivati više pozornosti tjelesnom izgledu.			
Za vrijeme lockdowna sam uočio/la dobitak kilograma			
Nisam uočio/la nikakve promjene na tjelesnom izgledu za vrijeme lockdowna			

10. Slažete li se sa sljedećim tvrdnjama:	ne (1)	donekle (2)	da (3)
Smatram da se u potpunosti zdravo hranim			
Pandemija je utjecala na moje prehrambene navike			
Za vrijeme lockdowna sam više pazio/la na prehranu			
Počeo/la sam se baviti sportskim/tjelesnim aktivnostima tijekom pandemije			
Učestalost sportskih/tjelesnih aktivnosti sam reducirao/-la tijekom pandemije			
Lockdown je utjecao na moje bavljenje sportskim/tjelesnim aktivnostima			
Lockdown mi je bio push faktor za bavljenje sportskim/tjelesnim aktivnostima			
Za vrijeme lockdowna sam se više posvetio/la brizi za tijelo			
Za vrijeme pandemije sam reducirao/la odlaske u frizerski salon			
Za vrijeme pandemije sam reducirao/la odlaske u kozmetički salon			
Zbog pandemije sam poželio/ljela promijeniti nešto u svom tjelesnom izgledu			

11. Slažete li se sa sljedećim tvrdnjama:	ne (1)	donekle (2)	da (3)
Na društvenim mrežama predstavljam se u najboljem izdanju.			
Društvene mreže uvelike utječu na način kojim promatram sebe i svoje tijelo.			
Ne objavljujem selfie ako nisam u potpunosti sređen/a (<i>šminka, odjeća, filteri, ...</i>)			
Svoj tjelesni izgled uspoređujem s izgledom poznatih osoba koje pratim.			
Tijekom pandemija sam učestalije pratio/la influencere/ice.			

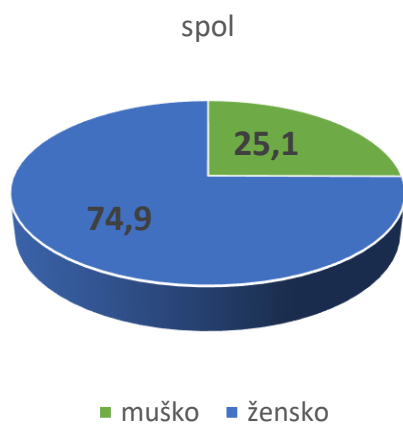
12. Uvedene pandemijske mjere su kod Vas osobno utjecale na:	ne (1)	donekle (2)	da (3)
odvijanje svakodnevnog života (odlasci na fakultet, posao...)			
aktivnosti društvenog života (odlasci u kino, kafiće, kazalište...)			
učestalost održavanja odnosa (s prijateljima, partnerom/icom...)			
mogućnosti putovanja			
prisustovanja na obiteljskim okupljanjima			
odnose prema sebi i vlastitom tijelu			

7.3. Grafički i tablični prikazi rezultata istraživanja

Tablični prikaz 1. Spol

spol	f	%
muško	97	25,1
žensko	289	74,9
Ukupno	386	100,0

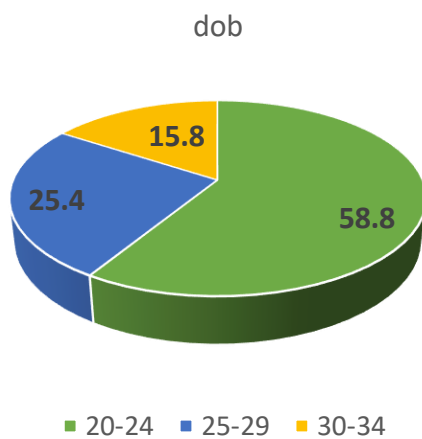
Grafički prikaz 1. Spol



Tablični prikaz 2. Dob

dob	f	%
20-24	228	58,8
25-29	98	25,4
30-34	61	15,8
Ukupno	386	100,0

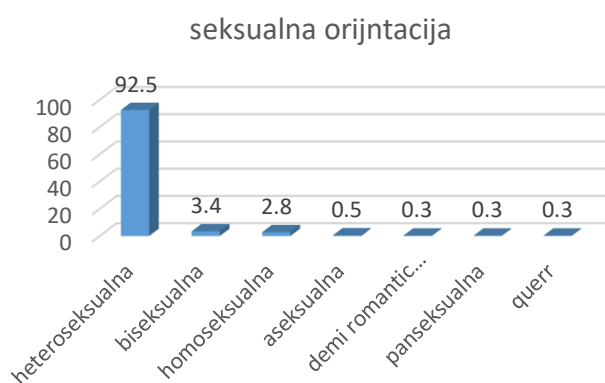
Grafički prikaz 2. Dob



Tablični prikaz 3. Seksualna orijentacija

seksualna orijentacija	f	%
heteroseksualna	357	92,5
biseksualna	13	3,4
homoseksualna	11	2,8
aseksualna	2	0,5
demi romantic asexual	1	0,3
panseksualna	1	0,3
querr	1	0,3
Ukupno	386	100,0

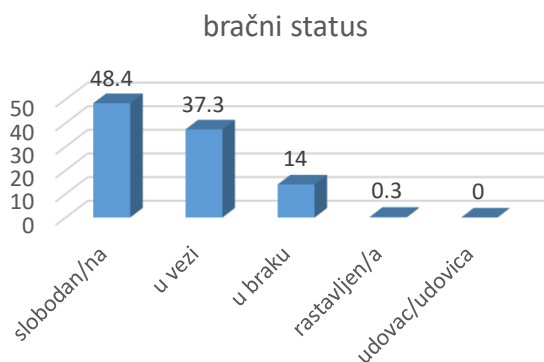
Grafički prikaz 3. Seksualna orijentacija



Tablični prikaz 4. Bračni status

bračni status	f	%
slobodan/na	187	48,4
u vezi	144	37,3
u braku	54	14,0
rastavljen/a	1	0,3
udovac/udovica	0	0,0
Ukupno	386	100,0

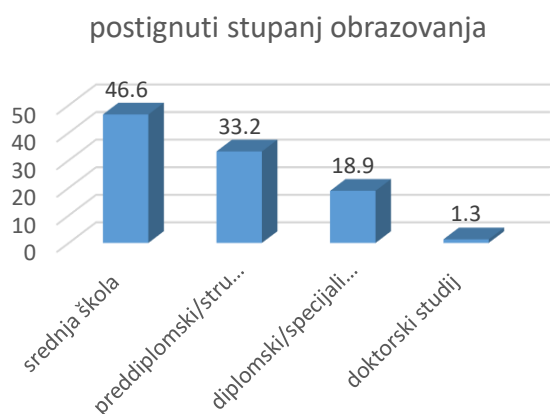
Grafički prikaz 4. Bračni status



Tablični prikaz 5. Postignuti stupanj obrazovanja

postignuti stupanj obrazovanja	f	%
srednja škola	180	46,6
preddiplomski/stručni studij	128	33,2
diplomski/specijalistički studij	73	18,9
doktorski studij	5	1,3
Ukupno	386	100,0

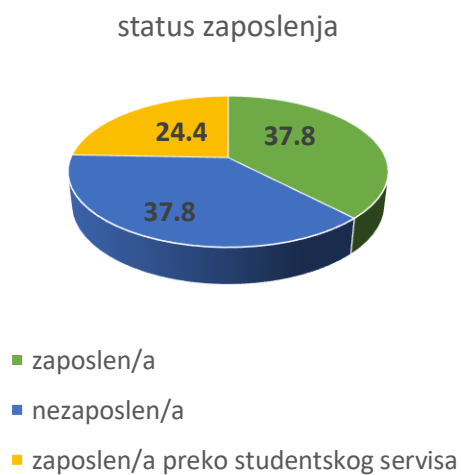
Grafički prikaz 5. Postignuti stupanj obrazovanja



Tablični prikaz 6. Status zaposlenja

status zaposlenja	f	%
zaposlen/a	146	37,8
nezaposlen/a	146	37,8
zaposlen/a preko studentskog servisa	94	24,4
Ukupno	386	100,0

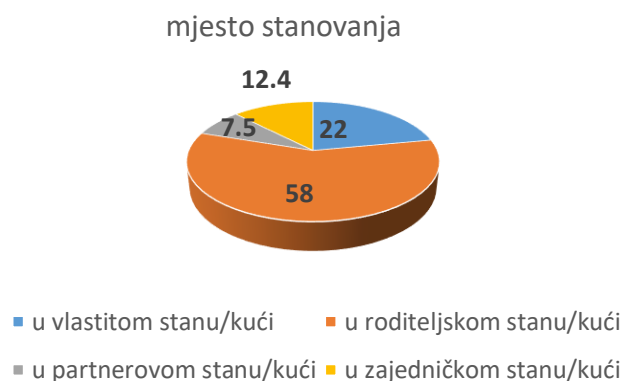
Grafički prikaz 6. Status zaposlenja



Tablični prikaz 7. Mjesto stanovanja

mjesto stanovanja	f	%
u vlastitom stanu/kući	85	22,0
u roditeljskom stanu/kući	224	58,0
u partnerovom stanu/kući	29	7,5
u zajedničkom stanu/kući	48	12,4
Ukupno	386	100,0

Grafički prikaz 7. Mjesto stanovanja

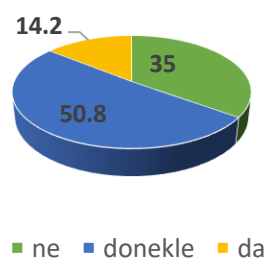


Tablični prikaz 8. Osobno mišljenje o navedenim stavkama

Osobno mišljenje o navedenim stavkama	ne		donekle		da		Ukupno	
	f	%	f	%	f	%	f	%
prosudujete druge prema njihovom tjelesnom izgledu	135	35,0	196	50,8	55	14,2	386	100,0
komentirate tjelesni izgled drugih	89	23,1	199	51,6	98	25,4	386	100,0
dobacujete na račun tjelesnog izgled drugih	354	91,7	11	2,8	21	5,4	386	100,0
susrećete se s komentiranjem Vašeg tjelesnog izgleda	59	15,3	143	37,0	184	47,7	386	100,0
doživljavate dobacivanje na račun Vašeg tjelesnog izgleda	159	41,2	114	29,5	113	29,3	386	100,0

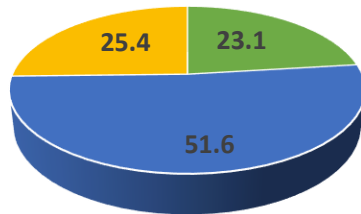
Grafički prikaz 8.1. Prosuđivanje drugih prema njihovom tjelesnom izgledu

prosuđivanje drugih prema njihovom tjelesnom izgledu



Grafički prikaz 8.2. Komentiranje tjelesnog izgleda drugih

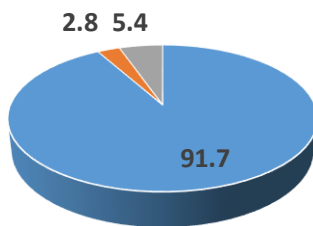
komentiranje tjelesnog izgleda drugih



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 8.3. Dobacivanje na račun tjelesnog izgleda drugih

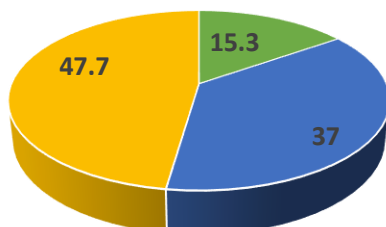
dobacivanje na račun tjelesnog izgleda drugih



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 8.4. Susretanje s komentiranjem tjelesnog izgleda

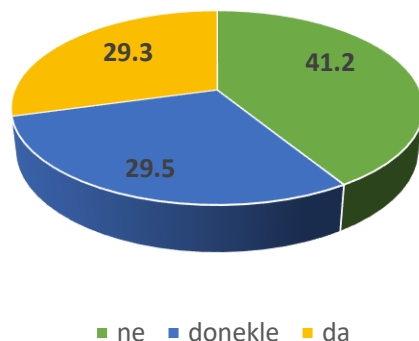
susretanje s komentiranjem tjelesnog izgleda



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 8.5. Doživljavanje dobacivanja na račun tjelesnog izgleda

doživljavanje dobacivanja na račun
tjelesnog izgleda

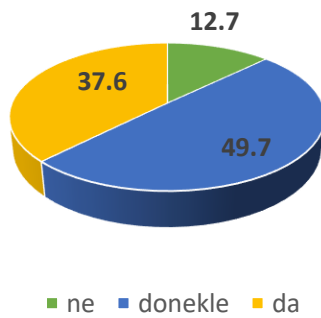


Tablični prikaz 9. Slaganje s navedenim tvrdnjama

Slaganje s navedenim tvrdnjama.	ne		donekle		da		Ukupno	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Zadovoljan/na sam svojim tjelesnim izgledom.	49	12,7	192	49,7	145	37,6	386	100,0
Posvećujem dosta pažnje svom tjelesnom izgledu.	90	23,3	199	51,6	97	25,1	386	100,0
Smatram da imam idealan tjelesni izgled.	232	60,1	109	28,2	45	11,7	386	100,0
Želim promijeniti određene značajke svog tjelesnog izgleda.	44	11,4	116	30,1	226	58,5	386	100,0
Tjelesni izgled mi je tijekom pandemije bio jednako važan kao i prije.	85	22,0	106	27,5	195	50,5	386	100,0
Više sam brinuo/la o tjelesnom izgledu prije pandemije.	248	64,2	68	17,6	70	18,1	386	100,0
Tijekom pandemije sam počeo/la posvećivati više pozornosti tjelesnom izgledu.	230	59,6	82	21,2	74	19,2	386	100,0
Za vrijeme lockdowna sam uočio/la dobitak kilograma.	231	59,8	55	14,2	100	25,9	386	100,0
Nisam uočio/la nikakve promjene na tjelesnom izgledu za vrijeme lockdowna.	181	46,9	82	21,2	123	31,9	386	100,0

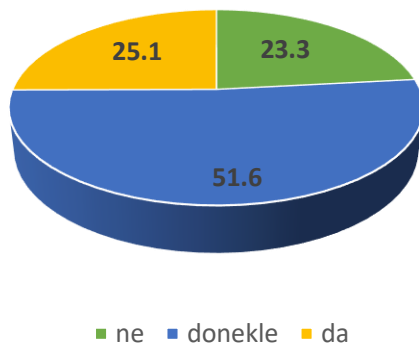
Grafički prikaz 9.1. Zadovoljstvo tjelesnim izgledom

zadovoljstvo tjelesnim izgledom



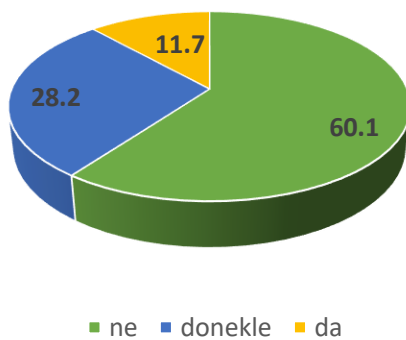
Grafički prikaz 9.2. Posvećivanje dosta pažnje tjelesnom izgledu

posvećivanje dosta pažnje tjelesnom izgledu



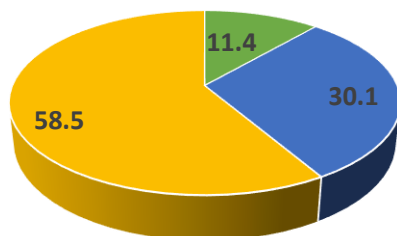
Grafički prikaz 9.3. Idealan izgled

idealno izgled



Grafički prikaz 9.4. Želja za promjenom određenih značajki izgleda

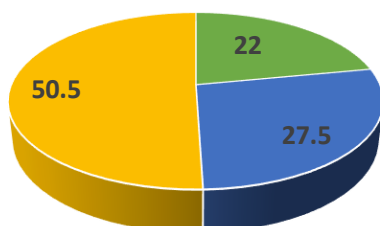
želja za promjenom određenih značajki izgleda



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 9.5. Jednaka važnost izgleda tokom pandemije kao i prije

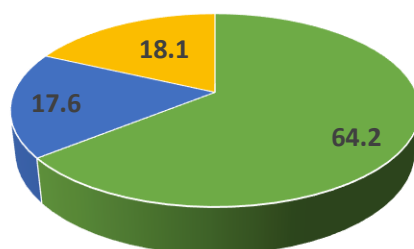
jednaka važnost izgleda tokom pandemije kao i prije



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 9.6. Veća briga o izgledu prije pandemije

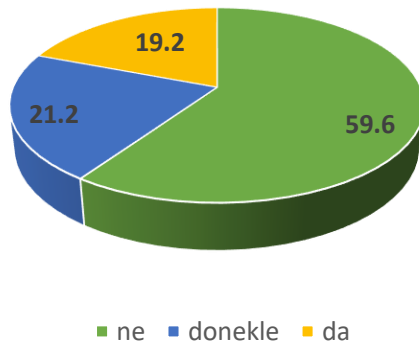
veća briga o izgledu prije pandemije



■ ne ■ donekle ■ da

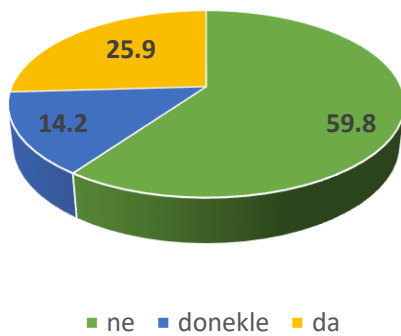
Grafički prikaz 9.7. Posvećivanje više pozornosti izgledu tijekom pandemije

posvećivanje više pozornosti izgledu tijekom pandemije



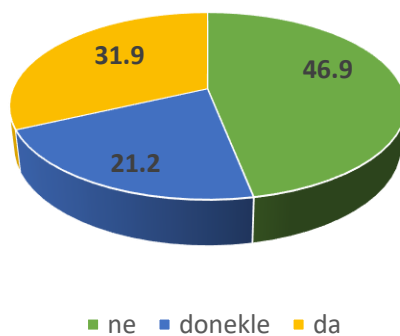
Grafički prikaz 9.8. Gubitak kilograma za vrijeme lockdowna

gubitak kilograma za vrijeme lockdowna



Grafički prikaz 9.9. Nikakve promjene na izgledu tijekom lockdowna

nikakve promjene na izgledu tijekom lockdowna

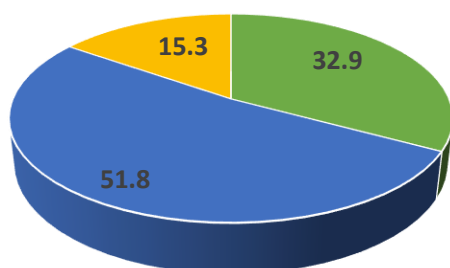


Tablični prikaz 10. Slaganje s navedenim tvrdnjama

Slaganje s navedenim tvrdnjama.	ne		donekle		da		Ukupno	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Smatram da se u potpunosti zdravo hranim.	127	32,9	200	51,8	59	15,3	386	100,0
Pandemija je utjecala na moje prehrambene navike.	215	55,7	103	26,7	68	17,6	386	100,0
Za vrijeme lockdowna sam više pazio/la na prehranu.	258	66,8	69	17,9	59	15,3	386	100,0
Počeo/la sam se baviti sportskim/tjelesnim aktivnostima tijekom pandemije.	213	55,2	87	22,5	86	22,3	386	100,0
Učestalost sportskih/tjelesnih aktivnosti sam reducirao/-la tijekom pandemije.	232	60,1	85	22,0	69	17,9	386	100,0
Lockdown je utjecao na moje bavljenje sportskim/tjelesnim aktivnostima.	157	40,7	101	26,2	128	33,2	386	100,0
Lockdown mi je bio push faktor za bavljenje sportskim/tjelesnim aktivnostima.	231	59,8	82	21,2	73	18,9	386	100,0
Za vrijeme lockdowna sam se više posvetio/la brizi za tijelo.	229	59,3	89	23,1	68	17,6	386	100,0
Za vrijeme pandemije sam reducirao/la odlaske u frizerski salon.	141	36,5	68	17,6	177	45,9	386	100,0
Za vrijeme pandemije sam reducirao/la odlaske u kozmetički salon.	162	42,0	46	11,9	178	46,1	386	100,0
Zbog pandemije sam poželio/ljela promijeniti nešto u svom tjelesnom izgledu.	210	54,4	92	23,8	84	21,8	386	100,0

Grafički prikaz 10.1. U potpunosti se zdravo hranim

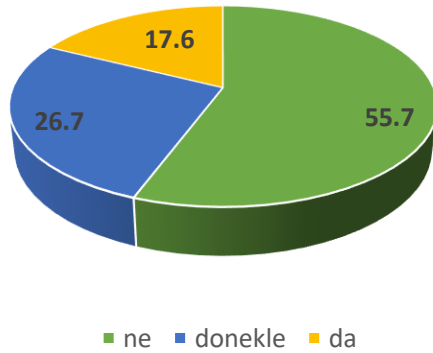
u potpunosti se zdravo hranim



■ ne ■ donekle ■ da

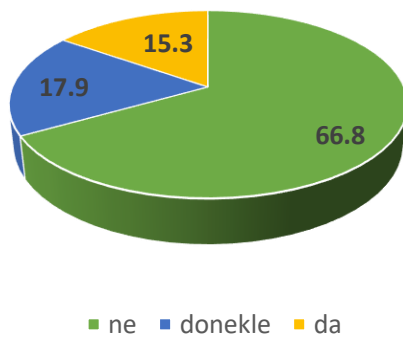
Grafički prikaz 10.2. Pandemija je utjecala na moje prehrambene navike

pandemija je utjecala na moje prehrambene navike



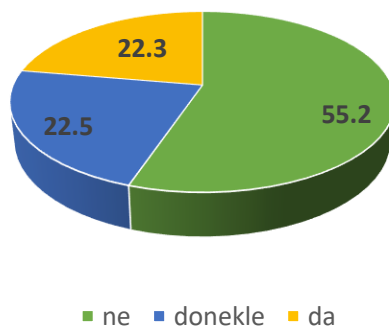
Grafički prikaz 10.3. Veća pažnja na prehrani za vrijeme lockdowna

veća pažnja na prehrani za vrijeme lockdowna



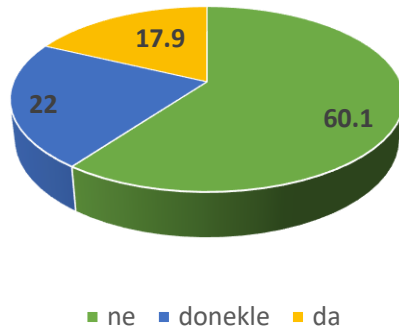
Grafički prikaz 10.4. Početak bavljenja aktivnostima tijekom pandemije

početak bavljenja aktivnostima tijekom pandemije



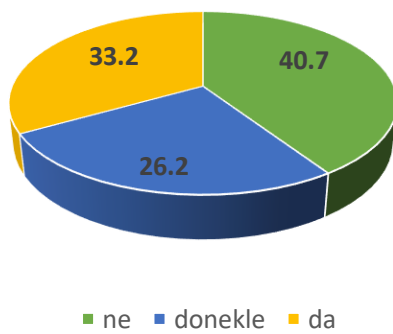
Grafički prikaz 10.5. Reduciranje učestalosti aktivnosti tijekom pandemije

reduciranje učestalosti aktivnosti tijekom pandemije



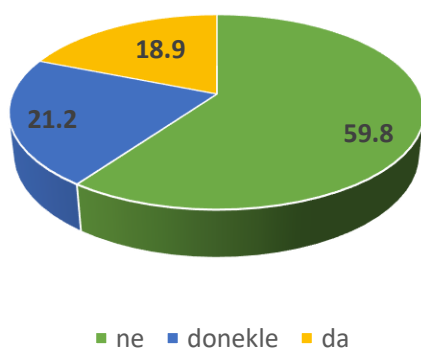
Grafički prikaz 10.6. Utjecaj lockdowna na bavljenje aktivnostima

utjecaj lockdowna na bavljenje aktivnostima



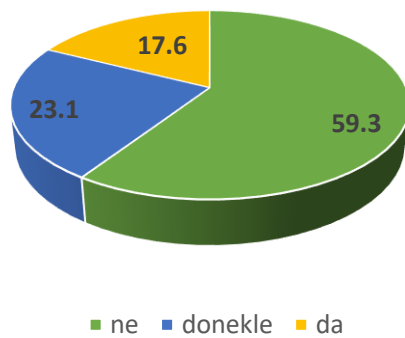
Grafički prikaz 10.7. Lockdown kao push faktor za bavljenje aktivnostima

lockdown kao push faktor za bavljenje aktivnostima



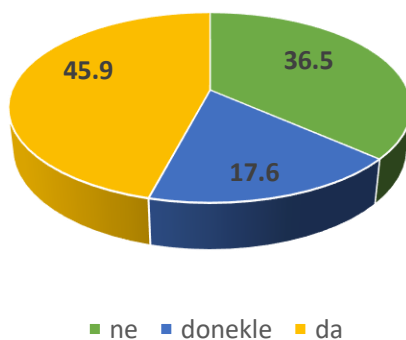
Grafički prikaz 10.8. Više brige za tijelo za vrijeme lockdowna

više brige za tijelo za vrijeme lockdowna



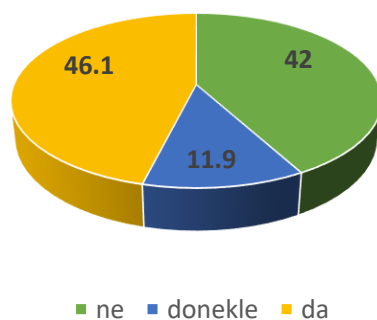
Grafički prikaz 10.9. Reducirani odlasci u frizerske salone za vrijeme pandemije

reducirani odlasci u frizerske salone za vrijeme pandemije



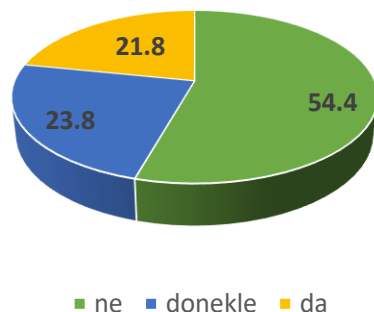
Grafički prikaz 10.10. Reducirani odlasci u kozmetičke salone za vrijeme pandemije

reducirani odlasci u kozmetičke salone za vrijeme pandemije



Grafički prikaz 10.11. Želja za promjenom nečega na tijelu zbog pandemije

želja za promjenom nečega na tijelu zbog pandemije

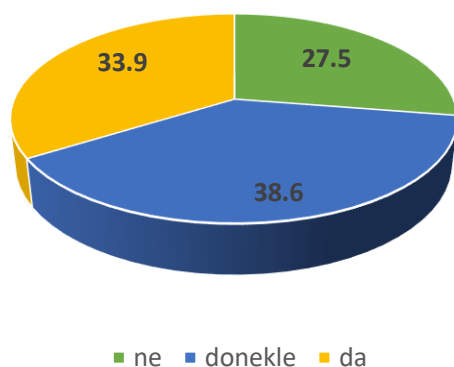


Tablični prikaz 11. Slaganje s navedenim tvrdnjama

Slaganje s navedenim tvrdnjama.	ne		donekle		da		Ukupno	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Na društvenim mrežama predstavljam se u najboljem izdanju.	106	27,5	149	38,6	131	33,9	386	100,0
Društvene mreže uvelike utječu na način kojim promatram sebe i svoje tijelo.	188	48,7	108	28,0	90	23,3	386	100,0
Ne objavljujem selfie ako nisam u potpunosti sređen/a (šminka, odjeća, filteri,...).	219	56,7	87	22,5	80	20,7	386	100,0
Svoj tjelesni izgled uspoređujem s izgledom poznatih osoba koje pratim.	254	65,8	87	22,5	45	11,7	386	100,0
Tijekom pandemija sam učestalije pratio/la influencere/ice.	242	62,7	80	20,7	64	16,6	386	100,0

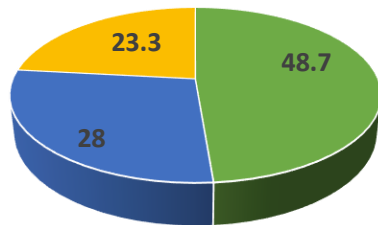
Grafički prikaz 11.1. Najbolje izdanje na društvenim mrežama

najbolje izdanje na društvenim mrežama



Grafički prikaz 11.2. Društvene mreže utječu na način kako vidim sebe i svoje tijelo

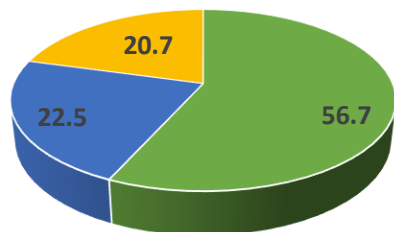
društvene mreže utječu na način kako vidim sebe i svoje tijelo



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 11.3. Objavljivanje sređenog selfiea

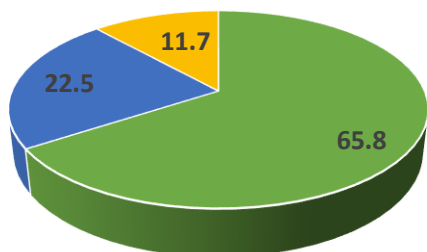
objavljivanje sređenog selfiea



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 11.4. Uspoređivanje izgleda s poznatim osobama

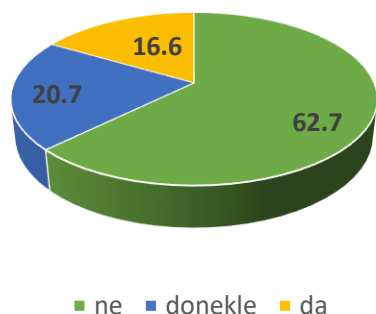
uspoređivanje izgleda s poznatim osobama



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 11.5. Učestalije praćenje influencera tijekom pandemije

učestalije praćenje influencera tijekom pandemije

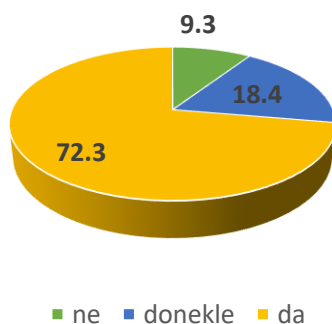


Tablični prikaz 12. Slaganje s navedenim tvrdnjama

Utjecaj pandemijskih mjera na:	ne		donekle		da		Ukupno	
	f	%	f	%	f	%	f	%
odvijanje svakodnevnog života (odlasci na fakultet, posao...)	36	9,3	71	18,4	279	72,3	386	100,0
aktivnosti društvenog života (odlasci u kino, kafiće, kazalište...)	27	7,0	67	17,4	292	75,6	386	100,0
učestalost održavanja odnosa (s prijateljima, partnerom/icom...)	99	25,6	95	24,6	192	49,7	386	100,0
mogućnosti putovanja	35	9,1	66	17,1	285	73,8	386	100,0
prisustvovanja na obiteljskim okupljanjima	106	27,5	98	25,4	182	47,2	386	100,0
odnose prema sebi i vlastitom tijelu	161	41,7	109	28,2	116	30,1	386	100,0

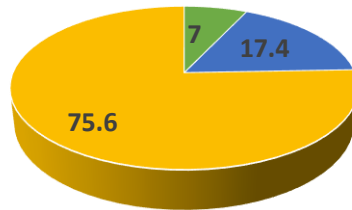
Grafički prikaz 12.1. Utjecaj pandemijskih mjera na odvijanje svakodnevnog života

utjecaj pandemijskih mjera na odvijanje svakodnevnog života



Grafički prikaz 12.2. Utjecaj pandemijskih mjera na aktivnosti društvenog života

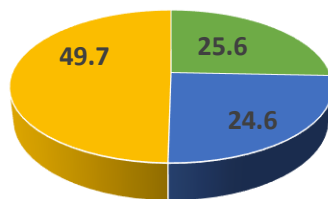
utjecaj pandemijskih mjera na aktivnosti društvenog života



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 12.3. Utjecaj pandemijskih mjera na učestalost održavanja odnosa

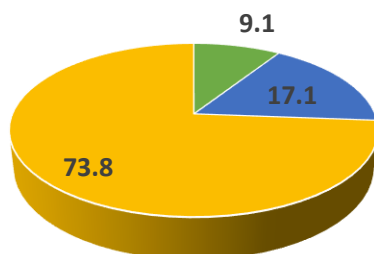
utjecaj pandemijskih mjera na učestalost održavanja odnosa



■ ne ■ donekle ■ da

Grafički prikaz 12.4. Utjecaj pandemijskih mjera na mogućnosti putovanja

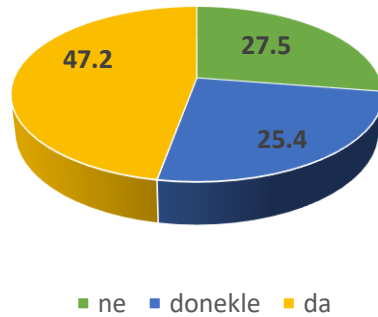
utjecaj pandemijskih mjera na mogućnosti putovanja



■ ne ■ donekle ■ da

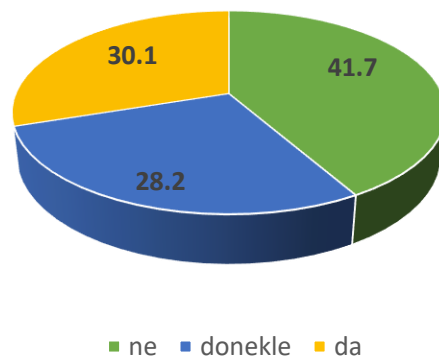
Grafički prikaz 12.5. Utjecaj pandemijskih mjera na prisustvovanja na obiteljskim okupljanjima

utjecaj pandemijskih mjera na prisustvovanja na obiteljskim okupljanjima



Grafički prikaz 12.6. Utjecaj pandemijskih mjera na odnose prema sebi i vlastitom tijelu

utjecaj pandemijskih mjera na odnose prema sebi i vlastitom tijelu



SAŽETAK

Pojavom virusa COVID-19 krajem 2019. godine, cijeli se svijet okrenuo za 180° stupnjeva. Naši su životi, inače vrlo ubrzanog i dinamičnog karaktera, postali pasivni. Rapidno širenje dotad nepoznatog i nepredvidljivog virusa je uzelo danak u svim životnim aspektima pojedinca; počevši od onih zdravstvenih pa do društvenih i psiholoških. U vrtlogu zbunjenosti i bespomoćnosti, najveći se udio pažnje pridavao otkrivanju te prevenciji zdravstvenih problema dok su se posljedice na preostalim područjima čovjekova života zanemarivale. Osim odnosa prema drugima, meta promjena uzrokovanim novonastalom situacijom bili su i odnosi koje imamo prema sebi. Imajući u vidu navedeno, ovaj se završni rad bavio promjenama u kontekstu odnosa prema tijelu i tjelesnom izgledu.

Istraživanje je provedeno online upitnikom na uzorku od 386 mladih muškaraca i žena iz Splita u dobi od 20 do 34 godine. Podaci su se prikupljali od kraja svibnja do početkom srpnja 2022. godine. Online upitnik u *Google forms* obliku je bio postavljen na nekoliko društvenih mreža. Za istraživanje su obuhvaćeni koncepti tjelesnog izgleda te pandemije. Cilj je bio ispitati percepcije mladih u Splitu o tjelesnom izgledu za vrijeme pandemije. Statistička je analiza podataka pokazala kako su sudionici u najvećem udjelu donekle zadovoljni svojim izgledom te smatraju da nemaju idealan tjelesni izgled. Pokazala se statistički značajna razlika između muškaraca i žena kod zadovoljstva tjelesnim izgledom. Pandemijske su mjere utjecale na odvijanje svakodnevnog života mladih Splićana i Splićanki, a tjelesni im je izgled tijekom pandemije bio podjednako važan kao i prije. U kontekstu održavanja tjelesnog izgleda, sudionici su reducirali odlaske u frizerske i kozmetičke salone. Naposljetku, nije dokazano da su žene tijekom pandemije više posvećivale pažnju tjelesnom izgledu od muškaraca.

Ključne riječi: odnos prema tijelu, tjelesni izgled, pandemija, online upitnik, mladi

SUMMARY

With the appearance of the COVID-19 virus at the end of 2019, the whole world turned 180°. Our lives, normally very fast-paced and dynamic, have become passive. The rapid spread of a previously unknown and unpredictable virus took its toll in all aspects of an individual's life; starting from health ones to social and psychological ones. In the vortex of confusion and helplessness, the greatest share of attention was given to the detection and prevention of health problems, while the consequences on the remaining areas of a person's life were neglected. In addition to relationships with others, the target of changes caused by the newly created situation were also the relationships we have with ourselves. Bearing in mind the above, this final paper dealt with changes in the context of attitudes towards the body and physical appearance.

The research was conducted using an online questionnaire on a sample of 386 young men and women from Split aged 20 to 34. The data was collected from the end of May to the beginning of July 2022. An online questionnaire in the form of Google forms was posted on several social networks. Concepts of physical appearance and the pandemic are included in the research. The goal was to examine the perceptions of young people in Split about physical appearance during the pandemic. The statistical analysis of the data showed that the majority of participants are somewhat satisfied with their appearance and consider that they do not have an ideal physical appearance. A statistically significant difference between men and women in satisfaction with physical appearance was shown. Pandemic measures affected the everyday life of young men and women from Split, and their physical appearance during the pandemic was just as important as before. In the context of maintaining their physical appearance, the participants reduced visits to hairdressing and beauty salons. After all, it has not been proven that women paid more attention to physical appearance than men during the pandemic.

Key words: attitude towards the body, physical appearance, pandemic, online questionnaire, young people

BILJEŠKE O AUTORICI

MATEA ČULAR je rođena u Splitu, 21.11.2000. Tu završava osnovnu školu, a zatim upisuje II. jezičnu gimnaziju. Preddiplomski studij jednopredmetne sociologije na Filozofskom fakultetu u Splitu upisuje 2019. godine gdje je redovna studentica te trenutno završava treću godinu studija. Ovom se temom odlučila baviti zbog iznimne zaintrigiranosti za društveni fenomen tjelesnog izgleda, naročito za sve sociokulturne aspekte koji utječu na isti. Pandemija COVID-19 i životne promjene uzrokovane novonastalom društvenom situacijom su joj bili primarni motivi za proučavanje ovog predmeta istraživanja.

e-mail: mcular@ffst.hr

Obrazac A.Č.

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja MATEA ČULAR, 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, 14.09.2022.

Potpis



OBRAZAC I.P.

**IZJAVA O POHRANI ZAVRŠNOG / DIPLOMSKOG RADA U DIGITALNI
REPOZITORIJ FILOZOFSKOG FAKULTETA U SPLITU**

STUDENT/ICA	MATEJA ČUJAR
NASLOV RADA	PERCEPCIJE TJELESNOG IZGLEDA U DOBA COVID-19: PRILJENA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA
VRSTA RADA	ZAVRŠNI RAD
ZNANSTVENO PODRUČJE	DRUŠTVENE ZNANOSTI
ZNANSTVENO POLJE	SOCIOLOGIJA
MENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje)	IZV. PROF. DR. SC. Marija Lončar
KOMENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje)	
ČLANOVI POVJERENSTVA (ime, prezime, zvanje)	1. PROF. DR. SC. SANJA STANIĆ 2. IZV. PROF. DR. SC. MARIJA LONČAR 3. IZV. PROF. DR. SC. ZORANA ŠUJUG VUŽIĆA

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/ica predanog (završnog/diplomskog rada (zaokružiti odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uređenog rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude (zaokružiti odgovarajuće):

- a.) u otvorenom pristupu
b.) rad dostupan studentima i djelatnicima Filozofskog fakulteta u Splitu
c.) rad dostupan široj javnosti, ali nakon proteka 6/12/24 mjeseci (zaokružiti odgovarajući broj mjeseci)

U slučaju potrebe dodatnog ograničavanja pristupa Vašem ocjenskom radu, podnosi se obrazloženi zahtjev nadležnom tijelu u ustanovi.

SPLIT, 14.09.2022

mjesto, datum

potpis studenta/ice