



Osnovna šola Antona Aškercja Rimske Toplice

Pomen ličenja za slepe in slabovidne osebe

RAZISKOVALNA NALOGA

Avtorica:
Mia Koritnik, 9.b

Mentorica:
Jasmina Oblak, prof. soc. in nem.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2020



Osnovna šola Antona Aškerc Rimske Toplice

Pomen ličenja za slepe in slabovidne osebe

RAZISKOVALNA NALOGA

Avtorica:
Mia Koritnik, 9.b

Mentorica:
Jasmina Oblak, prof. soc. in nem.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2020

Zahvala

Hvala vsem anketirankam, da se so odzvale mojemu povabilu in sodelovale v raziskavi. Hvala mentorici, ki me je spretno vodila skozi pasti izdelave raziskovalne naloge.

Povzetek

Danes ni nič nenavadnega, da se ličijo tudi slepi in slabovidni. Raziskava je pokazala, da je posameznikovo primarno socializacijsko okolje tisto, ki največ pripomore k razvoju pozitivne samopodobe. Anketiranke uporabljajo ličila kot njihove videče uporabnice – z njimi želijo zakriti nepravilnosti. Zaradi njih se počutijo v družbi bolj samozavestne, že sama uporaba pa jim predstavlja pozitivno izkušnjo, ob kateri se lahko sprostijo. Okolje pomembno vpliva na uporabo ličil anketirank. Kjer je bila anketiranka v družbi takšnih, ki ličila uporabljajo dnevno, je tudi sama pogosteje uporabljala ličila, ki so bila tudi večkrat kot pri ostalih osebah predmet pogovora.

Ključne besede: slepi in slabovidni, ličenje, samopodoba

Kazalo

Kazalo vsebine

I. Uvod/Problem	5
II. TEORETIČNI DEL.....	7
1 Zgodovina ličenja.....	7
2 Zakaj se ženske ličijo.....	10
3 Mediji.....	15
4 Samopodoba.....	16
5 Slepota in slabovidnost	16
5.1 Značilnosti slepih in slabovidnih otrok	19
5.2 Samopodoba slepih in slabovidnih	19
5.3 Doživljanje telesne podobe slepih in slabovidnih	20
5.4 Zakaj se slepi in slabovidni ličijo?	21
III. EMPIRIČNI DEL.....	24
1 Namen in raziskovalna vprašanja	24
2 Postopek zbiranja podatkov	24
3 Raziskovalni vzorec.....	24
4 Uporabljena raziskovalna metoda.....	25
5 Predstavitev sodelujočih	25
IV. ANALIZA ODGOVOROV IN INTERPRETACIJA	26
V. Zaključek.....	31
VI. LITERATURA.....	32
Priloga A: Vprašalnik.....	34

Kazalo slik

Slika 1: Nanašanje senčila na veke. (Lasten vir.).....	21
Slika 5: Pudranje. (Lasten vir.).....	21
Slika 2: Nanašanje maskare.(Lasten vir.).....	22
Slika 3: Nanašanje lip glossa. (Lasten vir.)	22
Slika 4: Nanašanje bronzerja na lica. (Lasten vir.).....	23

I. Uvod/Problem

Ali morebiti ne opazite, v kolikšni meri je ženska, ki se, četudi liči, liči tako skromno in malo, da je vsak, ki jo vidi, v dvomih, ali se liči ali ne, bolj mila od tiste, tako debelo ometane, da se zdi, kot da bi si na obraz nataknila krinko/.../Koliko bolj od vseh drugih je všečna tista, ne grda, ki odkrito pokaže, da nima nič na obrazu, pa ni zelo bela in ne zelo rožnata, ampak svoje prirojene blede barve in včasih zaradi sramu ali druge nezgode oblita z navno rdečico, za lasmi, včasih neokrašenimi in slabo počesanimi /.../

(Baldesar Castiglione, Dvorjan I, 40 (1513-18))

Zame je lepo vse, kar je naravno, a vseeno ne izgleda običajno in dolgočasno. Niso mi všeč vpadljive in na videz ali otip izumetničene stvari. Lepo je preprosto in minimalistično, a hkrati nekaj posebnega, da »pade v oči«.

Na tak način uporabljam tudi ličila, ki so me zapeljala v svet barv lansko poletje. Že prej sem si rada ogledovala videoposnetke na spletnih straneh, kjer so dekleta ličila svoj obraz, dajala nasvete in predstavljala različne tehnike rokovanja s čopiči in nanašanjem senčil ali pa preizkušala novosti lepotne industrije.

Svet čopičev, palet in fantazijska imena odtenkov barv me je posrkal vase in še sama sem začela eksperimentirati z ličili.

Ko sem naličena, se počutim samozavestno. Všeč mi je, kadar od drugih dobim pohvale o svojem videzu.

Zgornji zapis bi verjetno pripisali večini najstnic, a vas bo mogoče presenetil podatek, da sem slepa.

Če le malo pobrsbate po spletnih straneh in video kanalih, boste odkrili nemalo prispevkov, ki jih pripravljajo slepe in slabovidne uporabnice ličil. V njih delijo nasvete in kažejo postopke, kako se lahko tudi mi, ki se v ogledalu ne vidimo, samostojno naličimo in pri tem ne izgledamo »klovnovsko«. Tako se zdi, da je ličenje slepih in slabovidnih nekaj splošno sprejetega v današnji družbi. Lahko bi rekli še zaželenega in nujnega. Zaključno poročilo takrat Zavoda za slepo in slabovidno mladino leta 2012 že navaja uporabo kozmetike in ličil med vsakodnevnimi opravili in spretnostmi učencev za drugo in tretjo triado osnovne šole.

A na drugi strani slišiš šepetanje ljudi, ki si ne upajo pristopiti do nas, in množico stereotipov, ki se nas trdovratno oklepajo že stoletja, čudenja, kaj vse zmoremo in znamo.

Čeprav ne vidim, sem vsak dan s strani medijev »napadena« z idealnimi podobami žensk na naslovnih revij, na televiziji, z brezhibno kožo, urejenimi obrvmi, dolgimi in gostimi trepalnicami, čutnimi ustnicami. Dotakne se me. Bi bila rada kot one, želim ali celo hočem biti taka?

Mogoče mi to kot slepi sploh ne pripada – kaj imam od tega? Zakaj se ličim, če ne vidim podobe v ogledalu?

Je mogoče kdo pomislil, da to počnem zaradi sebe, da želim biti tudi jaz lepa, urejena?

Kako zaznavamo svoje telo in telesa drugih ljudi, je v veliki meri odvisno od kulturnih in družbenih dejavnikov časa, v katerem živimo, ki določajo kaj je lepo, privlačno, zaželeno. Skozi zgodovino so se ti ideali spreminjali, a vedno je bilo jasno, da so tisti, ki so lepotnim idealom bližje, pojmovani za lepše in bolj privlačne, z manj stresnim življenjem in zato tudi bolj uspešni.

Okolje je naše ogledalo, ki nam sporoča, ali smo se vključili vanj. Te predstave imajo velik vpliv na razvoj naše samopodobe.

Ko sem v literaturi in na spletu iskala informacije o tem, zakaj se slepe in slabovidne ženske ličijo, sem našla lepo število videoposnetkov na YouTube kanalu, kjer so blogerke, med njimi veliko slepih in slabovidnih, razlagale in demonstrirale različne načine uporabe ličil in o tem svojim slepim/slabovidnim bralkam/gledalkam svetovale, kako se samostojno naličiti. A v nobenem posnetku nisem zasledila, da bi govorile o svoji odločitvi, oziroma zakaj so se začele ličiti ali kaj jim to osebno pomeni. Ena najuspešnejših slepih blogerk Molly Burke, ki ima na svojem YouTube kanalu skoraj dva milijona naročnikov, ustvarja vsebine, v katerih predstavlja svoj postopek ličenja. Liči se že od svojega dvanajstega leta, ko je bila še slabovidna, potem pa je njena bolezen napredovala.

Ličenje slepih in slabovidnih torej ni več tabu tema, a v strokovni literaturi najdemo le peščico avtorjev, ki se ukvarjajo s to tematiko. V Sloveniji nobenega. Zato sem spodnje podatke večinoma črpala iz tuje literature.

Pri branju literature sem dobila občutek, da se ljudje sicer pogovarjajo o ličenju slepih in slabovidnih, kot da je to tudi za njih nekaj čisto vsakdanjega, pa vendar se izogibajo tem, ki se nanašajo na iskanje vzrokov, vzvodov, ki prepričajo slepe in slabovidne ženske, da se ličijo. Ali gre za njihovo lastno radovednost ali so to bolj želje in pričakovanja njihovega okolja. Ker se tudi sama rada naličim, želim raziskati, kaj je druge uporabnice ličil motiviralo, da se začnejo ličiti.

II. TEORETIČNI DEL

Lepote ne moremo in ne znamo natančno definirati. Določa jo posameznik neke družbe oziroma kulture v določenem časovnem obdobju. Navadno se nanaša na naš fizični izgled, ki ga narekuje modna in kozmetična industrija. V sodobnem času se srečujemo s pluralizmom lepotnih idealov, ki jih dnevno definirajo mediji.

V želji, da bi se jim čim bolj približali, se ljudje poslužujemo najrazličnejših oblik, metod in tehnik. Poleg skrajnih metod posegov estetske kirurgije, se ljudje najpogosteje odločimo za preoblikovanje telesa z dieto, telovadbo in ličili, ki so fizično in cenovno najbolj dostopni.

1 Zgodovina ličenja

Namen uporabe ličil in število njihovih uporabnikov se je skozi zgodovino spreminjalo.

Že od nekdaj so ljudje na koži radi uporabljali barve in poslikave. Pred sto tisoč leti so poslikali svoje telo zaradi lažje komunikacije, kot znak pripadnosti določenemu plemenu ali kot varovalo pred sovražniki, kjer je kamuflaža postala pomemben dejavnik preživetja (Cec 2017, str. 18, Corson 1972 v Vovk 2008).

Uporaba barv za telo se je potem razširila na bolj simbolične in zaščitne namene. Človek je risal slike nevarnih živali in mogočnih bitij po svojem telesu v veri, da bo tako dobil nekaj njihovih moči in drugih značilnosti. Slikanje telesa in tetoviranje sta se kasneje postopoma usmerila tudi na druge dimenzije in predvsem vlogo posameznika znotraj njegove skupine (Corson 1972; Gunn 1973 v Vovk 2008)

Barve so vedno imele poseben pomen; rdeča barva se je največkrat uporabljala kot prisposoba krvi, črna je prikazovala moč ali ilustrirala temačno ozadje zgodbe, z belo so upodabljali smrt, duhovne dimenzije in nebesa. (Gunn 1973 v Vovk 2008).

Stari vek

Egipčani so bili veliki ljubitelji ličenja in prvi, ki so gojili kult lepote. Že takrat so poleg barv nastali prvi pripomočki za izdelavo in nanos ličil (Cec 2017, str. 19).

Ličenje je bilo del religioznih obredov, saj so ljudje verjeli, da jih bodo ličila obvarovala zla.

Ličili so se moški in ženske. Ženske so uporabljale mešanico gline in vode za poudarjanje svojih ustnic, s črnim črtalom iz oglja so si z ostrimi linijami podaljševale obrvi in linijo okoli oči. Verjeli so, da jim bo to zaščitilo oči pred soncem, prahom in vetrom. Velik pomen so imela zelena, rdeča, turkizna in rjava očesna barvila za senčenje vek. Sestavinam so primešali vosek, baker, minerale in mlete pečene mandlje. Kožo so si svetlili z rumenim, ali jo temnili z oranžnim pudrom. Trepalnice so si barvali večinoma z ogljem. (Angeloglou 1970; Reynolds 2003 v Vovk, 2008).

Grki so nosili malo »make up-a«. Naravna lepota je predstavljala čistost in naravno fizično kondicijo (Angeloglou 1970). Grške kurtizane ali »hetaerae« pa so kozmetiko uporabljale za izražanje svoje vrednosti in zapeljevanje (Gunn 1973 v Volk, 2008).

Ženske z neurejenim zunanjim videzom so v antičnih Atenah celo kaznovali. Bela koža je bila znak prestiža in lepote, zato so uporabljale bel puder-svinčev karbonat. Z rdečimi pastami so si svetlile ustnice in lica. Šminke in barvila za oči so bila narejena iz raznovrstnih olj in voska. Med obrvi so si nanašale rjav puder, da bi jih povezale.

Za razliko od Grčije, je bila v Rimskem imperiju uporaba ličil razširjena le med bogatimi ženskami in prostitutkami. Njihova koža je morala biti na videz naravna, svetla in sijoča. Posvetlile so si tako obraz kot roke. Rimljanke so si na obraze nanašale različne vrste pudrov, ki so bili narejeni iz mineralov in kamnov. Za oči so uporabljale tako temna kot svetla barvila in senčila (Cec 2017, str. 19-20). Med Neronovo vladavino je bila kozmetika rezervirana za aristokracijo. Res je, da so potujoči zabavljači nosili rdečilo na ustnicah in licih, vendar pa je bila uporaba kozmetike pri ženskah iz delavskega razreda omejena. V skladu s tem so si ženske tudi barvale nohte z mešanico izvlečkov iz zelišč, poseben kamen pa so uporabljale za beljenje zob (Corson 1972 v Volk, 2008).

Srednji in novi vek

Pogosta uporaba ličil se začne v srednjem veku. Ličile so se prostitutke in ženske najvišjih družbenih slojev, kar je kozmetiko označilo za prestiž. V modi je bila bela, bleda koža, ki so jo dosegle z uporabo belega pudra. V zgodnjem krščanskem obdobju pa se je kljub nasprotovanju Cerkve praksa ličenja nadaljevala le z malo manjšo hitrostjo. V cerkvenih dokumentih najdemo celo opise žensk, ki so si v 4. stoletju svetlile obraz, vrat in prsi (Bornšek, 2014).

Z renesanso so se v Evropi spremenile modne smernice in s tem tudi uporaba ličil. Tako ženske na podeželju kot tudi v mestih so uporabljale raznovrstne barve in praške, ki so si jih plast za plastjo nanašale na obraz, vrat in prsi. Pudri so bili zmesi strupenih sestavin, ki so hudo poškodovali kožo in celo povzročili marsikatero smrt.

V renesansi se je pričel upor zoper cerkev, ki je prepovedovala uporabo ličil. Ženske so začele bolj množično uporabljati ličila, ne glede na zbadljivke, ki so jih bile deležne s strani tistih, ki so obdržali staro prepričanje, da je kozmetika grešna. Ličila so nanašale po vsem obrazu in dekolteju, vse do dojk, vendar ličenje ni bilo pretirano.

Barok je za tiste, ki so želeli slediti modi, postavil določena pravila. V 18. stoletju so bila ličila razumljena kot znak modne ženske. Med narodi so bile opazne razlike v nošenju ličil. Pri Francozinjah je bila zaželena bleda polt na obrazu, rokah, vratu, prsni in dekolteju. Ustnice in ličnice so bile živo rdeče barve, za senčenje obrvi so pričele uporabljati črtala. V nasprotju z ostalimi so se Britanke začele ličiti, ko je njihova mladostna lepota začela bledeti in so želele prikriti svojo starost. Ličila so

bila še vedno narejena iz strupenih sestavin, zato so se ženske po nasvete množično obračale k slikarjem, takrat pravim kozmetičnim svetovalcem (Cec 2017, str. 20; Corson 1972; Gunn 1973 v Vovk 2008).

Moderna doba

V obdobju buržoazije so ličila uporabljale večinoma prostitutke, ostale ženske pa so ohranjale bolj naraven videz. Namesto strupenih kemikalij, so ženske prisegale na naravne sestavine kot so med, rumenjaki, ovsena kaša in cvetje. Da bi pričarale svežino lic, so si jih nežno prebadale s posebej za to pripravljenimi iglami in kri nežno razmazale po licih. Za barvanje ustnic so uporabljale rdečo peso.

Pred prvo svetovno vojno so se v Londonu pričele odpirati prve trgovine s kozmetičnimi izdelki. Do sredine stoletja postanejo ličila ponovno privlačna in nujno potreben dodatek ženske garderobe. Razširila se je lepotna industrija, ki je začela množično izdelovati kozmetiko, predvsem šminke, lake za nohte in maskare. Moda je postala dostopna praktično vsem. Med podjetji, ki so izdelovala ličila, se je začela tekma za uspeh.

Med drugo svetovno vojno se je največ kozmetične industrije usmerilo na poceni dobavo šminke vojnim delavcem, predvsem zavoljo vzdrževanja morale med ženskami, ki so delale v tovarnah z orožjem. Šminka je postala celo tako popularna, da je v ZDA leta 1942 98 odstotkov žensk uporabljalo šminke, pa čeprav izbire sploh ni bilo (Allen 1981 v Vovk 2008).

Po drugi svetovni vojni so na trg poslali svinčnike in črtala, ki so v kombinaciji s senčili poskrbeli za dosežek površinskega učinka (tak izgled imenujemo »doe-eyed«). Pojavil se je način ličenja oči, ki je popularen še danes – zadimljene oči (smokey eyes).

Predvsem zaradi razvoja barvnega filma je ličenje postalo komunikacijsko sredstvo in nov izziv za vizažiste. Sočasno so se rojevali in razvijali centri za ustvarjanje lepote, ki so uporabnicam nudili strokovnejšo uporabo kozmetičnih izdelkov.

Kot odgovor predhodni intenzivni uporabi ličil je v šestdesetih letih 20. stoletja postal moderen relativno naraven videz. Oči so ostale poudarjene, rjave šminke so zamenjale odtenke zlate in roza. Za senčenje ličnic se je uporabljala rdeča barva v prahu ali stiku, ki se je nanašala od konca obrvi pa vse do spodnje čeljusti.

V osemdesetih je bil zaželen večbarven in živahen videz, kljub temu pa so ljudje strmeli k uporabi predvsem naravne kozmetike.

V osemdesetih letih prejšnjega stoletja se je v modo vrnila uporaba ličil, ki so pripomogla k brezhibni lepoti, kar je pomenilo velike količine pudra in korektorja, bronziranih senčil in šmink globokih barv. Moda je postala sredstvo »pomembnih posameznikov«, zato je tudi make-up dopuščal ustvarjanje različnih videzov.

V devetdesetih letih 20. stoletja pa je kot odgovor na osemdeseta zopet postal popularen naraven in preprost videz. Stilisti so postali guruji, zagorela polt pa simbol bogastva. Uporaba ličil je bila minimalna, sijaj so zamenjali mat odtenki (Cec 2017, str. 21-22).

Ličila danes

Danes je tako v prodajalnah s kozmetiko kot preko spleta mogoče kupiti raznolika ličila, ki se prilagajajo povsem individualnim željam. Ženske so vse bolj samozavestne in odločne. Izjema so le predeli sveta, kjer ženske živijo v diskriminaciji in kjer še vedno veljajo določena pravila.

Drugačnost, ekscentričnost in nenavadnost so vse bolj pogosti spremljevalci uporabnikov ličil, vendar je pristop do ličenja prilagojen potrebam posameznika oziroma namenu uporabe ličil. Poslovna kultura, svečani obredi ali druge vsakodnevne priložnosti omogočajo vsaki ženski lasten pristop do uporabe ličil, ki ga ustvari sama oziroma to opravi strokovnjak s področja uporabe ličil.

Ličenje postaja v tem obdobju tehnološko vse bolj dovršeno in manj vpadljivo. Na trg prihajajo tehnološko vrhunska ličila v privlačni embalaži, ki kupca veliko hitreje prepričajo. Starost uporabnikov se na eni strani znižuje, na drugi pa zvišuje. Nekatere ženske, ki ličil niso nikoli uporabljale, jih sedaj uporabljajo in tudi ličenje najstnic pred odhodom v šolo je postalo danes nekaj povsem normalnega (Cec 2017, str. 22-23).

2 Zakaj se ženske ličijo?

V tem delu naloge se bom osredotočila na to, kako družba vpliva na uporabo ličil pri ženskah, ob tem pa nočem izključiti dejstva, da se ličijo tudi moški.

Eden glavnih razlogov, zakaj ženske nosijo »make up« že stoletja, je lepotilni namen. Na začetku so lepoto merili s simetrijo obraza. Bolj so bili obrazi simetrični, lepši so bili (Corson 1972 v Vovk 2008).

Evolucionistična teorija povezuje lepoto z biološkimi argumenti. Ljudem naj bi bilo prirojeno, da dajejo prednost seksualnim partnerjem, ki so zdravi in sposobni spolne reprodukcije.

Samodekoracija za vzbujanje poželenja pri nasprotnem spolu je človeška praksa že stoletja (Allen 1981; Corson 1972; Entwistle 2000; Etoff 1999; Gunn 1973; povzeto po Vovk 2008). Ženske naj bi uporabljale kozmetiko zato, da telo stimulirajo v stanje orgazma. Diane Ackerman pravi, da »...

ustnice spominjajo na klitoris s tem, ko pordijo in nabreknejo, ko so vznurjene. In to je najverjetneje tako zaveden kot nezaveden razlog, zakaj so ženske že od nekdaj svoje ustnice še dodatno rdečile s šminko« (prevedeno po Ackerman v Etcoff 1991: 72; povzeto po Vovk 2008).

Znanstveniki so odkrili dve univerzalni značilnosti, ki prispevata k privlačnosti ženskega obraza:

1. količina barvnega kontrasta med očmi in ustnicami: čim več je barvnega kontrasta med očmi in ustnicami ženske in njenim tenom kože, bolj ženstven in s tem evolucijsko privlačen je njen obraz. Šminka in senčila za oči izboljšajo te lastnosti.

2. simetričnost obraza:

Večina obrazov je rahlo asimetrična - bodisi bo ena stran širša od druge, oblike oči bodo imele manjše razlike, ena ličnica je lahko nekoliko manj izrazita itd. In manj teh sprememb obraz ima, bolj privlačen je zaznati. Ten kože in obrise kože lahko z ličili spremenimo, da naš obraz vizualno deluje bolj simetrično (Vir: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18408870>).

Oglaševanje ima mogočen in prepričljiv vpliv na lepote ideale v družbi. Večina žensk se stalno primerja med seboj, sploh pa z reprezentacijami modelov in manekenk predstavljenih v množičnih medijih (Thompson in Hirshman 1995 v Vovk 2008).

Danes ženske uporabljajo »make up« in ostale zunanje obrazne okrase za vpliv na neverbalno komunikacijo, ki jo želijo uporabiti (Fabricant in Gould 1993 v Vovk 2008). Še vedno je uporabljan za povečanje vrednosti in lepote znotraj družbe tistega, ki »make up« uporablja.

Ženske se ličijo, da bi delovale mlajše, prikupnejše (Fabricant in Gould 1993). Res pa je tudi, da ljudje, ki jih smatramo za lepše, prej dobijo boljše službe, zaslužijo več denarja in imajo višji socialni status kot tisti, ki naj bi bili manj atraktivni (Fabricant in Gould 1993).

Eden izmed ključnih pomenov ženske lepote je ugajanje moškemu. »Glavna nuja ženske je, da očara moško srce, neustrašno in drzno, kot le more. To je nagrada, h kateri težijo vse junakinje; najpogosteje se od njih ne zahteva drugih kvalitiet kakor lepota. /.../ vselej mora biti lepa, da bi bila ljubljena in srečna.« (Beauvoir 2000, str. 173)

Znanstvene raziskave so pokazale, da se v družbi čednim ljudem pripisujejo tudi prijetne značajske lastnosti. Toda psihologi opozarjajo, da je takšno prepričanje huda zmota. Lepi ljudje se prav v ničemer ne razlikujejo od drugih, poleg tega pa nam izkušnje govorijo, da lepota s seboj prinaša tudi težave. Lepe ženske veljajo za sebične, domišljave in zakonolomne, in to ne glede na to, da so lahko v resnici povsem drugačne. Moški težje ogovorijo lepe kot povprečne ženske. Sicer pa je zunanost spodbudna le ob prvem stiku, ko človeka še ne poznaš. Psihologi zatrjujejo, da je za pravo lepoto mnogo pomembnejša samozavest kot pa sama lepa zunanost (Carsten, 2000).

Kljub spreminjanju lepotnih standardov in dostopnosti vseh družbenih institucij se večina žensk še vedno definira preko zunanje podobe in sposobnosti, da privlači svojega partnerja. Meni, da ženske za svoj videz skrbijo zato, ker same tako hočejo in ne ker bi jih moški ali družba v to prisilila.

Raziskava britanskega prodajnega televizijskega programa QVC je pokazala, da Britanke sploh ne pomislijo na to, da bi kamorkoli odšle brez ličil. Povprečna Angležinja najmanj devetkrat na dan pomisli na svoj videz. Vsaj tri od desetih pa se ne bi niti čez hodnik službenih prostorov ali šole sprehodile ne da bi na svoj obraz nanese vsaj malo šminke (Vsaka tretja ženska brez ličil ne bi iz hiše pomolila niti nosu, 2012, <https://www.dnevnik.si/1042460900>).

Razgovori za službo in prvi zmenki so situacije, pri katerih se ženske veliko bolj obremenjujejo z videzom zaradi mnenja drugih žensk in ne zaradi pozornosti nasprotnega spola. Torej se ženske ne ličijo zaradi nečimrnosti, pač pa zaradi dvigovanja samozavesti (Prav tam.).

Raziskava je pokazala, da dve tretjini žensk ne upa iti v službo brez ličil. Izvedli so anketo in vzorec je zajemal več kot tri tisoč žensk. Več kot polovica žensk je odgovorila, da je ne moti, če jo prijatelji, družina ali partner vidi brez ličil. Vendar pa si več kot 70 odstotkov ne bi upalo priti v službo in stopiti pred sodelavce brez ličil in urejene pričeske. Zanimivo je tudi, da ena od šestih žensk brez ličil na obrazu ne bi odprla vrat, če bi nekdo pozvonil (Pod stresom zaradi ličil, 2012 <https://www.zurnal24.si/magazin/pod-stresom-zaradi-licil-151843>).

Dveletna raziskava japonskega kozmetičnega koncerna Kanebo o uporabi ličil, oziroma zakaj so pudri, maskare, črtala in drugi pripomočki pri ženskah tako priljubljeni, je prišla do presenetljivih rezultatov. Znanstveniki so z analizo delovanja možganov prišli do spoznanja, da ženske mislijo, da drugi vidijo njihov obraz enako kot one same. Sprosti dopamin in povzroči občutek užitka. Tako pridejo ženske do pozitivnih občutkov že pred nanosom ličil. (Japonski znanstveniki so odkrili, zakaj ženske obožujejo ličila, 2009 <https://www.dnevnik.si/1042238265>)

Teorije racionalne izbire pravijo, da nas vodijo dejanja, zaradi katerih bomo hitreje in bolj učinkovito dosegli naš cilj. Družba nas sili, da moramo biti vedno korak pred drugimi. Imeti moramo lepše lase, nos, oči, telo, da lahko bolje živimo v družbi, ki smo si jo sami ustvarili.

Marx in Weber vidita moč in boj za oblast kot osrednji življenjski cilj, kjer se posamezniki potegujejo za različne družbene nagrade, in kjer njihov status temelji na socialno-ekonomskem položaju.

V tej družbi pričakujemo, da bo lepša ženska dobila delo hitreje kot po videzu manj privlačna (Jacobs 2003).

Sodobna družba uči: "Zunanji videzi so najpomembnejše prednosti žensk." Če danes ženska meni, da njena lepota še zdaleč ni idealna, bi videz spremenila s pomočjo ličil in mode (Lee in Oh, 2018). Ličila

pokrivajo pomanjkljivosti obraza in krepijo samozavest in medosebne odnose. Ličila so postala medij, ki povezuje človeška čustva (Lee in Oh, 2018).

Znanstveniki odkrivajo, da se ženske ličijo zaradi dveh stvari:

- da bi sledile vodilnemu trendu, ki je navadno povezan s pozitivno samopodobo. Ženske s pozitivno samopodobo želijo biti prepoznavne in se razlikovati od drugih, kar jim omogoča uporaba ličil in modnih oblačil (Jeong in Chu, 2011).

- da bi izboljšale svojo negativno samopodobo in počutje, ko bi jim ličila omogočila užitek ob stapljanju z okolico ob prikrivanju lastne edinstvenosti. Svoja negativna čustva (občutek manjvrednosti, depresije, nezadovoljstvo z lastnim videzom) skušajo pretvoriti v pozitivna s pomočjo ličil. Ta vrsta samopodobe kaže trend zasledovanja (Moon in Yoo, 2003).

Rezultat se ujema z raziskavo, ki jo je izvedel Yoo & Park (2009), ko posamezniki z negativno samopodobo iščejo svojo srečo z impulzivnimi nakupi. Negativna samopodoba je lahko vir zanikanja, nezadovoljstva, pa tudi velikega zanašanja na druge (Moon in Yoo, 2003).

Upoštevanje družbenih standardov lepote ni preprosta stvar individualne izbire. Durkheim je razkril nekaj bistvenega, ko je dejal, da družba deluje kot zunanja omejitev za vsakega posameznika.

Ličila uporabljamo za skrivanje nepopolnosti, izboljšanje lepote in spreminjanje estetskega videza obraza.

Ličila postavljajo nerealen standard lepote, ki mu »gola koža« obraza ne more konkurirati. Zakaj ne nehamo uporabljati ličil? Odgovor na to vprašanje ponuja Nashova teorija iger – če ličenje deluje kot idealen rezultat, pa še ne pomeni, da je optimalen. Če bi se ena skupina žensk nehala ličiti, druga pa bi z njim nadaljevala, bi bile okolici bolj všečne, nenaličene bi bile v slabšem položaju.

Ne smemo pozabiti, da je bila ženskam skozi zgodovino lepota merilo njihove vrednosti. Ponotranjenje tega prepričanja je privedlo do želje izboljšati lastno lepoto, posledično tudi vrednost. Lepota postane nerealni standard, saj industrija ličil spretno izkoristi negotovost osebnosti. Ličila postanejo koristno blago in ne razkošje, prepričljivemu reklamiranju pa verjamemo, da jih potrebujemo.

Rezultati predstavljajo dokaz za hipotezo, da imajo na splošno privlačnejši ljudje boljše možnosti za višji socialno-ekonomski poklicni status in tudi višje dohodke kot manj privlačni posamezniki, tudi ko nadzorujejo kognitivne spretnosti, socialno ozadje, poklicni status in osebnost. Vendar analiza tudi kaže, da so odnosi med moškimi in ženskami različni. Ugotavljamo, da je premija dohodka za privlačnost občutno višja med ženskami starostnikov kot moškimi. Zaključujemo, da se je v zadnjih 30-40 letih v zahodnem svetu močno spremenil in da se pomen fizične privlačnosti in erotičnega kapitala povečuje, zlasti za ženske.

Živimo v družbi, kjer je fizični izgled pomemben. Kot je trdil Hakim (2010 v Anýžová 2018), se vrednost fizične privlačnosti in erotičnega kapitala v 21. stoletju znatno povečuje. Fizične lastnosti igrajo pomembno vlogo pri interakcijah na delovnem mestu in pri rezultatih na trgu dela (npr. DeGroot in Motowidlo, 1999; Liu in Sierminska, 2014; v Anýžová 2018). Privlačnost, teža in podoba telesa imajo viden pomen za socialno interakcijo in socialno mobilnost (Hakim, 2010) in so pomembni dejavniki priljubljenosti in vpliva nad drugimi ljudmi. Več študij (Fletcher, 2009; Mocan in Tekin, 2010; Hamermesh, 2011; Borland in Leigh 2014) dokazuje, da ljudje, ki so ocenjeni kot privlačnejši, zaslužijo več kot nepriljubljeni ljudje.

Ena izmed najnovejših študij (Kanazawa in Still, 2017) je preučila ZDA. Podatki (1994 in 2008) so pokazali, da je pozitiven učinek lepote popolnoma izginil, ko so bile nadzorovane posamezne razlike: zdravje, inteligenca in osebnosti.

Teorija posploševanja statusa (Webster in Driskell, 1978; Berger in Zelditch, 1985; Webster in Foschi, 1988) - zunanje značilnosti (spol, rasa, fizična privlačnost itd.) uporabljajo kot posrednika za lastnosti, ki niso vidne na prvi pogled in zahtevajo natančnejše preučevanje in preiskave (inteligenca, spretnosti, zmogljivost, zanesljivost, poklicni status, dohodek itd.). Empirični eksperimenti kažejo, da privlačnejše osebe dojemamo kot intelektualno bolj sposobne, bolj kompetentne in na splošno uspešnejše. Na koncu so uspešnejši tisti, ki imajo take lastnosti.

V teoriji o različnih oblikah kapitala (Bourdieu 1986) najdemo sociološko pomemben odgovor na vprašanje, ali je lepota kapital. V Bourdieuovi definiciji je kapital načeloma vsaka njegova zmogljivost, ki omogoča pridobitev določene prednosti in neposredni ali posredni dobiček v ekonomskem smislu, torej ne le gospodarski kapital, ampak tudi kulturni in družbeni. „Negospodarske“ oblike kapitala delujejo učinkovito, ker jim je ekonomski kapital skupni imenovalec.

Tretja razlaga ugotavlja dejanski obstoj lepote premije - fizično privlačni ljudje pogosteje razvijejo presežno osebnost in čustveno stabilnost, imajo boljšo samopodobo in so bolj zaupanja vredni, učinkoviti, družabni in komunikativni (Hurst in Simon 2009). Zaznana privlačnost je lahko povezana s temi posameznimi lastnostmi, vendar jih običajno ne opazimo iz podatkov anket.

Kanazawa in Still (2017) trdita, da lepota premija izgine, ko se nadzirajo posamezne razlike (sposobnost, zdravje, osebnost, negovanje).

Trije glavni koncepti fenomenologije potrjujejo dejstvo, da je naš odnos do teles družbeno konstruiran (Wallace in Wolf 1999). Ljudje s svojimi dejanji kreirajo družbeni svet. Le tega sprejemamo kot neko vnaprej dogovorjeno ali načrtovano resničnost. Družbeni red, ki je vnaprej dogovorjen in načrtovan, bo posameznik na ravni zavesti sprejel kot resničnega v procesu socializacije. Avtorja Bergman in

Luckmann jih obravnavata v teoriji družbene konstrukcije realnosti. Enkrat skonstruirana družbena resničnost posledično vpliva na to, kako se vidimo sami in ponotranjimo to konstruirano resničnost.

Ti trije vidiki fenomenologije so Bergerjevi in Luckmannovi trije ključni koncepti družbene konstrukcije resničnosti. To je v bistvu pojem, da se ustvarja socialno življenje. Ko je konstruirana, potem socialna resničnost posledično vpliva na to, kako gledate nase. To je povezano s habituacijo in početjem nekaj znova in znova, dokler subjektivno ne ponotranjite zgrajene resničnosti. Tako kot je objektivna realnost tesno prepletena s subjektivnostjo vsakdanjega procesa, tako je subjektivna realnost oblikovana po meri institucije skozi proces socializacije (Rus, <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr7Rus.PDF>).

Kapitalistična družba igra ključno vlogo v življenju ljudi in njihovem pogledu na njihovo telo, kar se kaže v smislu potrošništva. Način trženja izdelkov za javnost daje ljudem predstavo, da morajo videti in biti na določen način vidni, da se lahko prilegajo družbi. Morajo imeti določen tip telesa, da lahko kupujejo tisto, kar vidijo v revijah in na televiziji, da se lahko uvrstijo v potrošniško družbo, v kateri živijo.

3 Mediji

Pisatelj Allen Ginsberg je rekel: "Kdor upravlja medij – slike, nadzoruje kulturo". Družba temelji na videzu in kapitalistična družba, v kateri živimo, ne promovira realnih lepotnih idealov in ne skrbi za povprečno žensko (Jacobs 2003).

Stereotip lepega danes utrjujejo predvsem mediji. Plakati, naslovnice revij, televizijski ekran - v nas zrejo popolno urejene ženske, uspešne v popolni službi, od koder se vrnejo domov k idealni družini, s popolnim možem in otrokom.

Mnogi ob zazrtju v te podobe pozabijo, da so fotografije računalniško obdelane, »retuširane« in »filtrirane«, obrazi pa prekriti z goro pudra in ostale šminke. Mojstri ličenja znajo z različnimi tehnikami ličenja zakriti skoraj najmanjšo nepravilnost, spremeniti obliko obraza in posameznih delov, s čimer navidezno preoblikujejo podobo.

Mediji vlečejo vzporednice med telesom, ki se ne stara, je vitko, čvrsto, brez nepravilnosti s srečo, uspehom, mladostjo, vitalnostjo in družbeno sprejetostjo.

Zaradi vsega tega medijskega vsiljevanja nas ne sme čuditi, da se vse več ljudi počuti nesrečne v svoji koži. Imajo občutek, da se ne znajo spopasti z življenjem, da niso dovolj sposobni in da se bodo vse težave čudežno rešile, če bodo shujšali, si kupili moderna oblačila, se znebili mozoljev in/ali zamenjali službo...

Podleganje pritiskom okolice je povezano s premajhno samozavestjo, nezaupanjem vase in v svoje odločitve, preveliko željo po ugajanju drugim in nekritičnim dojemanjem medijskih sporočil. Vse to pa izvira največkrat že iz zgodnjega otroštva.

Na našo samopodobo vpliva predvsem to, kaj menijo drugi o nas, okolje v katerem odraščamo in določeni dogodki, ki so pozitivno ali negativno zaznamovali naše življenje.

4 Samopodoba

Samopodoba je slika, ki jo imamo o sebi, naših sposobnostih, lastnostih, naši vrednosti. Gradi in spreminja se od rojstva do smrti, nanjo pa zavedno ali nezavedno močno vplivajo ter jo oblikujejo sporočila in informacije, ki jih prejemamo iz socialnega okolja. Množico odnosov ki jih posameznik - zavestno ali nezavedno - vzpostavlja do samega sebe, razvija s pomočjo predstav, občutij, vrednotenj, ocen samega sebe, ki jih - najprej prek prvotnega objekta, t. j. matere, nato prek širšega družbenega okolja - razvija že od rojstva dalje. S takšno organizirano celoto pojmovanj, stališč, sposobnosti, doživljanj itd. uravnava in usmerja svoje ravnanje ter povezuje svoj vrednostni sistem z vrednostnim sistemom ožjega in širšega družbenega okolja. Samopodoba je torej organizirana celota lastnosti, potez, občutij, podob, stališč, sposobnosti in drugih psihičnih vsebin, za katere je značilno, da (Kobal Grum, 2001; Youngs, 2000):

- jih posameznik v različnih stopnjah razvoja in v različnih situacijah pripisuje samemu sebi,
- tvorijo referenčni okvir, s katerim posameznik uravnava in usmerja svoje ravnanje,
- so v tesni povezavi z obstoječim vrednotnim sistemom posameznika ter z vrednotnim sistemom ožjega in širšega družbenega okolja,
- so pod nenehnim vplivom delovanja obrambnih mehanizmov, nekakšne membrane med nezavednim in zavestnim, ki prepušča le tiste vsebine, ki so za posameznikov jaz sprejemljive.

5 Slepota in slabovidnost

Slepota oziroma slabovidnost sta senzorni motnji in pomenita motnjo oziroma izpad vidne senzorne funkcije (okvara vida, očesa ali očesnega polja) zaradi fizioloških ali nevroloških dejavnikov. Lahko sta prirojeni ali pridobljeni, obe pa vplivata na pojav sekundarnih motenj, ki se najpogosteje kažejo na področju gibanja (slaba telesna drža, slabe motorične sposobnosti, »nerodna« hoja, pomanjkanje ravnotežja ...), komunikacije in socializacije (Koprivnikar, 2006).

Za opredelitev slepote in slabovidnosti se najpogosteje uporabljata medicinska in pedagoška definicija, ki ljudi z okvarami vida razporejata glede na ostanke vida ter izvide kliničnih, nevro-radioloških, nevrofizioloških, laboratorijskih, genetskih in drugih preiskav. V Sloveniji velja definicija slepote in slabovidnosti, ki jo priporoča Svetovna zdravstvena organizacija (WHO) (Kobal Grum in Kobal, 2006, str. 116). Po tej definiciji slabovidnost razdelimo v dve kategoriji:

Medicinska kategorizacija

SLABOVIDNOST- Izguba vida je od 70% do 95%:

1. kategorija: osebe, ki imajo na boljšem očesu z ali brez korekcije od 10 do 30% ostanka vida.
2. kategorija: osebe, ki imajo na boljšem očesu z ali brez korekcije od 5 do 10% preostalega vida. in lahko prešteje prste na 3 m.

Slabovidna pa je tudi oseba, ki ima zoženo vidno polje na 20 stopinj ali manj okoli fiksacijske točke, ne glede na ostrino vida ter osebe, ki imajo na boljšem očesu s korekcijo ali brez korekcije od 5 do 10 % ostanka vida. Ne glede na ostanek ostrine vida, je slabovidna oseba tudi tista, ki ima na boljšem očesu zoženo vidno polje okrog fiksacijske točke od 20 do 5 stopinj.

SLEPOTO RAZDELIMO V TRI KATEGORIJE:

V prvo kategorijo spadajo osebe, ki imajo na boljšem očesu s korekcijo ali brez nje od 2 do 5% preostalega vida (oseba lahko prešteje prste na 3 oziroma 1,5 metra) ali zoženo vidno polje od 5-10 stopinj okoli fiksacijske točke, ne glede na ostrino vida.

V drugi kategoriji so osebe, ki imajo na boljšem očesu z ali brez korekcije od 2% preostalega vida do zaznavanja svetlobe (oseba lahko prešteje prste na razdalji do zaznavanja svetlobe 1,5 m ali jih sploh ne more prešteti) ali zoženo vidno polje do 5 stopinj okoli fiksacijske točke, ne glede na ostrino vida.

V tretjo kategorijo pa uvrščamo osebe s popolno slepoto.

Slepa je tudi tista oseba, ki ima na boljšem očesu zoženo vidno polje okrog fiksacijske točke 5 stopinj in manj, ne glede na ostanek ostrine vida (Žagar 2012, str. 125).

Pedagoška kategorizacija

V pedagoški opredelitvi so zajete prilagoditve, ki jih otrok potrebuje v šoli. Poleg tega lahko iz te definicije razberemo, kako lahko posameznik uporablja ostanke vida. V pedagoškem smislu so slabovidni tisti, ki v procesu izobraževanja lahko uporabljajo običajno pisavo, slepi pa tisti, ki te pisave ne morejo uporabljati (Stančič, 1991;

www.zrssi.si/docx/191213093929_kriteriji_upp.docx):

SLABOVIDNI OTROK

Zmerno slabovidni otrok ima ostrino vida 10 do 30 odstotkov. Dela po metodi za slabovidne, saj lahko sprejema vidne informacije. Nekateri slabovidni otroci, če sedijo v prvih klopih, vidijo na tablo. Potrebujemo delno prilagojeno vzgojno-izobraževalno okolje in po potrebi prilagojene učne in vzgojne pripomočke, specialni trening na področju komunikacijskih tehnik in/ali orientacije ter specialna znanja o uporabi pripomočkov. Hitrost dela je lahko enaka kot pri videčih.

Težko slabovidni otrok ima ostrino vida od 5 do manj kot 10 odstotkov, ali zoženo vidno polje nad 10 do vključno 20 stopinj okrog fiksacijske točke ne glede na ostrino vida. Pretežni del učenja poteka z vidno informacijo, dela po metodi za slabovidne. Ima težave pri rokovanju z majhnimi predmeti in z opazovanjem oddaljenih pojavov in predmetov. Potrebujemo primerno osvetlitev in učbenike v povečanem tisku ter prilagojeno vzgojno-izobraževalno okolje in didaktične pripomočke. V vsakdanjem življenju je z ustrezno previdnostjo in z obvladovanjem specialnih znanj lahko samostojen.

SLEPI OTROK

Slepi otrok ima ostrino vida manj kot 5 odstotkov, ali zoženo vidno polje na 10 stopinj ali manj okrog fiksacijske točke ne glede na ostrino vida.

1. skupina: Slepi otrok z ostankom vida ima ostrino vida 2 do manj kot 5 odstotkov ali zoženo vidno polje nad 5 do vključno 10 stopinj okrog fiksacijske točke ne glede na ostrino vida. Prepoznavnost z vidom manjše objekte na 1-2 metra, barve, kontraste.
2. skupina: Slepi otrok z minimalnim ostankom vida ima ostrino vida od projekcije svetlobe do manj kot 2 odstotka ali zoženo vidno polje na 5 stopinj ali manj okrog fiksacijske točke ne glede na ostrino vida. Vidi sence, obrise večjih objektov in prepozna predmete v velikosti prstov do razdalje 1 metra.
3. skupina: Popolnoma slepi otrok - učenje poteka samo po tipnih, slušnih in drugih zaznavnih poteh.

OTROK Z OKVARO VIDNE FUNKCIJE

Okvare vidne funkcije so izražene kot posledica obolenja in/ali delovanja osrednjega živčevja. Prisotne so pri eno- ali obojestranski delno ali v celoti ohranjeni ostrini vida in pri eno- ali obojestransko delno ali v celoti ohranjenem vidnem polju (Zavod RS za šolstvo, 2014; povzeto po v Putre 2014).

Z okvaro vidne funkcije se lahko rodimo ali pa nastopi tekom življenja. Vzroki za okvaro so lahko poškodbe ali bolezni oči. Vsaka od bolezni predstavlja drugačno obliko in stopnjo izgube vidne funkcije. Simptomi okvar očesa so glede na vzrok in mesto okvare različni. Vključujejo občasne izpade vida, črne lise, pike, nejasen, zamegljen ali dvojni vid, celo izgubo perifernega vida ... Vzroki za težave z vidom so lahko v samem očesu, mišicah očesa, centralnem živčnem sistemu, v

možganskem centru za vizualno prepoznavanje in vidnem živcu (Murn, 2002, str. 37).

Pri odraslih osebah so tako v Združenih državah Amerike kot v Evropi najpogostejši vzrok slepote in slabovidnosti očesne bolezni; makularna degeneracija (8,7 %), diabetična retinopatija (4,8 %), glavkom (12,3 %) in katarakta (47,9 %) (WHO Media centre 2010 v Kermauner, 2010, str. 12; povzeto po v Putre 2014).

5.1 Značilnosti slepih in slabovidnih otrok

Slepi in slabovidni otroci imajo enake značilnosti kot vsi drugi otroci, imajo pa tudi nekatere specifične značilnosti, ki jih moramo poznati in se jim po potrebi tudi prilagajati. Opara (2005 v Putre 2014) opozarja, da se največje razlike kažejo med tistimi, ki so se slepi rodili in tistimi, ki so vid izgubili kasneje. Slepi od rojstva nimajo o svetu nikakršnih vizualnih predstav. Prepoznavajo ga s pomočjo tipa in preko pripovedovanja drugih. Tisti, ki so oslepel pozneje, pa imajo ohranjene nekatere vizualne predstave, ki jih postopoma dopolnjujejo z drugimi prejetimi informacijami. Avtor nadaljuje, da so velike razlike tudi znotraj skupine slepih in slabovidnih. Nekateri so bolj taktilni tipi in svet spoznavajo večinoma z otipavanjem. Drugi so bolj govorni tipi in večino informacij o svetu pridobijo preko pripovedovanja drugih o okolju, pojavih ipd.

5.2 Samopodoba slepih in slabovidnih

Slepi in slabovidni imajo težave v zaznavanju okolja in pri orientaciji v prostoru, slabo ocenjujejo razdaljo in smer, težje nadzorujejo svoje gibe, imajo neustrezne ali pomanjkljive predstave o predmetih in pojavih, težave pa se pojavljajo tudi pri posploševanju. Imajo manjšo sposobnost socializacije, kar je posledica pomanjkanja socialnih izkušenj, saj so prikrajšani učenja s posnemanjem, ki pomaga pri razvijanju medosebnih odnosov, samostojnosti in prevzemanju nadzora nad okolico (Navodila ... 2003).

Kljub temu Kobal Grum in Kobal (2006) ter Agran, Hong in Blankenship (2007 v Putre 2014) poudarjajo, da psihosocialni in psihomotorični razvoj pri slepih ali slabovidnih otrocih poteka po enakih zakonitostih in fazah kot pri ostalih, le da za realizacijo istih ciljev potrebujejo več spodbud, dodatne razlage in časa za ponavljanje.

Pri tem je najbolj pomembna ugodna čustvena in socialna klima (Murn 2002). Če bo otrok vzpostavljajal ustrezne socialne odnose in bo obkrožen s primernim socialnim okoljem, bo razvil socialne veščine in pozitivno podobo o sebi. Kobal Grum in Kobal (2006) pravita, da zdrava

samopodoba, ki jo otrok razvija že od rojstva naprej, najbolj vpliva na to, kako se bo otrok soočil s svojo drugačnostjo in kako bo z njo živel. Naučeno združevanje emocionalnega in mentalnega stanja z otrokovimi vedenjskimi povezavami poteka ravno z opazovanjem drugih ter različnih situacij.

Večje razlike pri razvoju samopodobe nastajajo med slepimi in slabovidnimi, obe skupini pa sta, v primerjavi z videčimi, nagnjeni k izražanju skrajnejših oblik samopodobe, zelo visoke, ali izredno nizke. Na razvoj samopodobe z okvarami vida vpliva več dejavnikov. Pomembno je, v katerem razvojnem obdobju pride do okvare vida. Različne raziskave so potrdile, da imajo pri oblikovanju stabilne samopodobe manj problemov osebe, ki so slepe ali slabovidne že od rojstva, hudo travmatično izkušnjo pa posamezniku izguba vida predstavlja, če ga doleti v obdobju adolescence. Slepimi in slabovidni otroci ter mladostniki se pogosto soočajo s težavami pri doživljanju lastnega zunanjšega videza, kar se lahko odraža tudi v težavah s priljubljenostjo in sprejetostjo med svojimi vrstniki, pogosto zaradi značilnega pojavljanja določenega stereotipnega vedenja oziroma blindizmov (Kobal Grum 2009; Agran, Hong in Blankenship (2007) v Putre 2014; Putre 2014).

Slepimi in slabovidni intenzivneje zaznavajo svoje telo in doživljajo samega sebe skozi povratne informacije drugih. Velikokrat so to predsodki iz okolice in njihova pričakovanja (Kobal Grum 2014).

5.3 Doživljanje telesne podobe slepih in slabovidnih

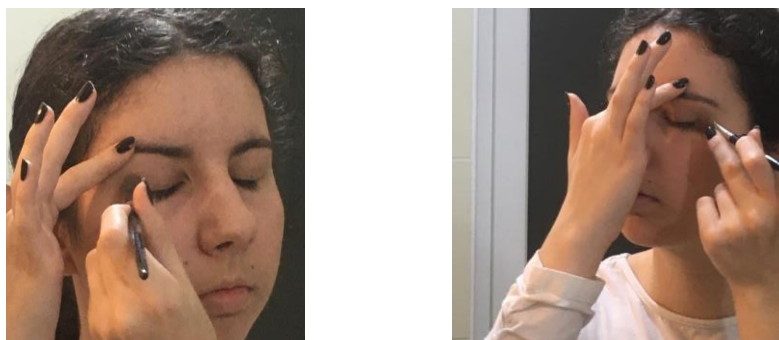
Čeprav vid ni bistven za kognitivni razvoj, je zelo pomemben vir informacij, ki pozitivno delujejo na kognitivni razvoj otroka, ki vidi. Otrok dobiva vidne informacije o vzročnih odnosih, o podobnostih in razlikah med stvarmi, o ljudeh v prostoru in času ter o spremembah teh dejavnikov (Warren 1981 v Stančič 1991, v Kobal Grum 2014). Potrebno je omeniti, da ima lahko mala količina preostanka vida velik pozitiven vpliv na razvoj kognitivnih funkcij, če ima otrok normalne kognitivne sposobnosti in če preostanek vida sistematično uporablja (Fraiberg, Siegel in Gibson 1966 v Stančič 1991; v Kobal Grum 2014).

Slepimi in slabovidni otroci ter mladostniki se pogosto soočajo s težavami pri doživljanju lastnega zunanjšega videza, kar se lahko odraža tudi v težavah s priljubljenostjo in sprejetostjo med svojimi vrstniki. Njihova zaznava lastnega telesa je namreč bolj odvisna od povratnih informacij, ki jih dobijo od drugih.

Raziskave, ki proučujejo samopodobo slepih in slabovidnih mladih, niso prišle do enakih zaključkov. Meighan (1971, v Schinazi, 2007 povzeto po Kobal Grum, 2009) je ugotovil, da se slepi v primerjavi s slabovidnimi zaznavajo bolj negativno, medtem ko Bauman (1964, prav tam) navaja, da imajo slabovidni večjo stopnjo anksioznosti, negotovosti in osamljenosti. Clever, Bear

in Juvonen (1992, v Kopal Grum, 2009) dodajajo, da se je na področju samozaupanja izkazalo, da imajo slepi mladostniki višje samozaupanje kot slabovidni. Na področju čustvenega razvoja pa se je prav tako izkazalo, da imajo slepi mladostniki manj težav kot njihovi slabovidni vrstniki (Jan, Freeman in Scott, 1977, v Kopal Grum, 2009).

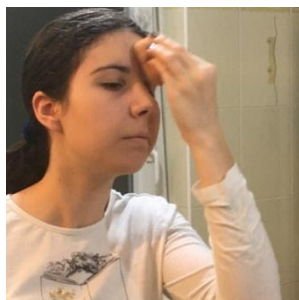
5.4 Zakaj se slepi in slabovidni ličijo?



Slika 1: Nanašanje senčila na veke. (Lasten vir.)

Raziskav o ličenju in o učinkih ličenja na slepe in slabovidne v Sloveniji ni, redke so tudi v svetovnem merilu.

Schilder (1999) poudarja, da je vid pomemben za dojetje telesa, saj ima vizualna izkušnja izredno pomembno vlogo pri interakciji posameznika s svetom in vpliva na njegovo telesno podobo (str. 127). Vizualne lastnosti omogočajo vnos večje količine informacij, ki vpliva na zgradbo telesne slike. Vendar Schilder (1999, str. 109) poudarja, da končna konstrukcija telesne podobe ni le specifična vizualna izkušnja temveč večplastni vidik, na katerega vplivajo različne senzorične in zaznavne strukture.



Slika 2: Pudranje. (Lasten vir.)

Dolto (2001), Dolto in Nasio (2008) in Damásio (2000) verjamejo, da je miselna podoba večja in celovitejša od vizualne podobe. Za njih telesna nezavedna podoba ni posledica vizualne stimulacije, temveč se nanaša na identiteto in identiteto subjekta. Slepe osebe so sposobne zgraditi svojo telesno podobo, saj prevladujoči dejavnik ni specifična funkcija vizualne stimulacije, temveč organizacija

drugih čutov - taktilnih, kinestetičnih in zvočnih. Poleg tega pomembno vlogo igra druga oseba, ki s slepim sodeluje in mu zagotavlja informacije, na katerih si slepa ali slabovidna oseba zgradi svojo predstavo. Čeprav na primer slepi nikoli ni videl barve, je morda našel način, kako ga lahko predstavlja v svoji domišljiji, saj je slišal, da ljudje o tem govorijo in se povezuje s toplotnimi dražljaji za hladne in vroče barve. Prav tako lahko ustvari zvočno in čustveno predstavitev barv v skladu s svojimi odnosi z drugimi ljudmi. Damásio (2000) razlikuje tudi vizualno podobo od miselne podobe.



Slika 3: Nanašanje maskare.(Lasten vir)

Chang-Hyun Lim in Jin-Hee Yang (2015) v svojem članku navajata, da se veliko slabovidnih žensk liči. Tiste, ki se ne ličijo, pa kot razlog ne navajajo okvare vida. Vendar razlog ličenja ni v osebnem zadovoljstvu, ampak je namen ličenja »narediti dober vtis na druge« – kar je tako družbeni dejavnik vpliva, oziroma psihološki odnos do drugih. Avtorja sta zavrnila hipotezo, da obstaja razlika v samozavesti posameznice glede prisotnosti ali odsotnosti ličenja. Ugotovitve kažejo, da je „nanašanje ličil pomembno vplivalo na njihovo samozavest“.

Študija poudarja, da je potrebna podpora na ravni akademskih krogov, organizacij in državne vlade, da bi razvili in zagotovili program ličenja, ki bo izboljšal razumevanje vedenja žensk z motnjami v vizualnem razvoju, izpolnjeval njihove estetske želje in prispeval k njihovi integraciji v člane družbe.



Slika 4: Nanašanje lip glossa. (Lasten vir.)

Slepi in slabovidni otroci in mladostniki imajo lahko težave pri doživljanju lastnega zunanjšega videza in s tem posledično s priljubljenostjo med vrstniki. Zaznavanje lastnega telesa se vrašča tudi na druga področja njihovega razvoja, zlasti na socialno področje in področje oblikovanja identitete in samopodobe. Njihova zaznava lastnega videza je veliko bolj kot pri videčnih odvisna od povratnih

informacij, ki jih dobijo od drugih, predvsem od svojih vrstnikov. Zato je potrebno še posebno pozornost nameniti njihovem razvoju samospoštovanja (Nacar, 2013, Tuttle & Tuttle, 2004) in razvoju socialne kompetentnosti (Broadhed, 2001 & 2006, Walker, 2004 & 2005), in sicer od otroštva dalje, ki učinkovito omogočata spoprijemanje z neugodnimi povratnimi informacijami iz okolja (Kobal Grum, 2014).

Ljudje imajo zmotno prepričanje - če si slep, ne moreš imeti motenj hranjenja, ali izkrivljen pogled na lastno telo. Charlotte Bateman (2019) in Jenni Dunlap na svojem blogu slikovito opišeta svoje občutke.

Pravita, da je zmotno prepričanje, da če si slaboviden ali slep, ne moreš biti lep ali eleganten, kot da ti to ne pripada. Obema se zdi ta ideja smešna, saj imata radi modo, hodita ven s prijateljicami. To, da sta slepi jima ne preprečuje, da počneta vse, kar želita.

Pravita, da je stereotipno prikazovanje slepih v medijih močno vplivalo na njuno samozavest in samopodobo.



Slika 5: Nanašanje bronzerja na lica. (Lasten vir.)

»Ko imate okvaro, je vaša telesna slika zgrajena na podlagi dojemanja in opisov drugih ljudi. Osebe se lahko pogledajo v ogledalo, da preverijo, ali so njihovi lasje videti dobro, medtem ko moram sama poiskati potrditev pri ljudeh okoli sebe in le upam lahko, da bodo iskreni« (Bateman, 2019; Dunlap b.l.).

Odvisna od mnenja okolice, se je Charlotte začela spraševati: »Je ta oseba resno mislila, ko je rekla, da sem videti lepa? Ali pa je samo rekla, da je videti prijazna?

Ko si slep ali slaboviden, težje primerjaš svoj videz z drugimi. Kot je to lahko včasih blagoslov, je lahko po drugi strani tudi zelo izolirajoče: »Ko sem ponovno nanesla šminko, nisem imela pojma, kako izgledajo dekleta okoli mene: ali imajo lepše lase, boljši makeup in bolj jasno kožo od mene. /... / Prepričana sem bila, da sem grda in ogabna.« (Bateman, 2019).

Prijatelji so ji večkrat govorili, da ima srečo, da ne vidi teh izkrivljenih, nerealnih slik. Toda njihove domneve ne bi mogle biti dlje od resnice. Biti slep še ne pomeni, da človek enostavno odmisli družbene definicije lepote. »Na vso moč sem se trudila vključiti in počutila sem se, kot da nimam

nadzora nad svojim življenjem« (Bateman, 2019; <https://www.refinery29.com/en-gb/body-dysmorphia-blind>).

III. EMPIRIČNI DEL

1 Namen in raziskovalna vprašanja

Namen raziskovalne naloge je razumeti izkušnje ličenja, ki jo imajo slepe in slabovidne ženske ter podati ustrezno interpretacijo le-teh. Postavila sem si naslednja raziskovalna vprašanja.

RV1: V kakšnem kontekstu se pojavi uporaba ličil pri intervjuvankah in reakcija?

RV2: Kako slepe in slabovidne osebe razumejo in osmišljajo reakcije okolja na njihovo uporabo ličil?

RV3: Ali je uporaba ličil pripomogla k boljši samopodobi intervjuvank?

2 Postopek zbiranja podatkov

Raziskava je namenjena določeni temi v določeni populaciji slepih in slabovidnih deklet, ki se vsaj občasno ličijo.

Do potencialnih kandidatk sem dostopala preko različnih virov. Najprej sem poklicala vse svoje znance in znanke, jim predstavila namen in potek raziskovalne naloge ter jih povabila k sodelovanju. Drugi način je potekal po metodi snežne kepe. Posameznike sem prosila, da kontaktirajo osebe, za katere vedo, da izpolnjujejo pogoje za sodelovanje v raziskavi in jim posredujejo moje kontaktne podatke. Vabilo o sodelovanju sem poslala tudi na Zvezo slepih in slabovidnih Slovenije, kjer so mi obljubili, da bodo vabilo s kontaktnimi podatki poslali na območne enote po celi Sloveniji. Obrnila sem se na Center Iris in za kontaktne podatke prosila svojo učiteljico v mobilni službi. Prav tako sem na Facebook strani slepi in slabovidni – skupina za pomoč, objavila vabilo in prosila za deljenje informacij. Udeleženske, ki so se odločile za sodelovanje, so me lahko kontaktirale preko elektronske pošte, kjer sem jim najprej razložila namen in potek raziskave. Če so se strinjale, smo se dogovorile za ustrezen termin intervjuja.

3 Raziskovalni vzorec

Vzorec je bil majhen in namenski. K sodelovanju sem povabila slepe in slabovidne ženske, stare nad 15, ki se vsaj občasno ličijo. Odzvalo se je 6 oseb, v raziskovalni vzorec pa sem vključila 4 osebe.

4 Uporabljena raziskovalna metoda

Raziskava je temeljila na naslednjih metodah:

- metoda dela z viri in literaturo
- metoda anketiranja
- metoda obdelave podatkov in njihova interpretacija
- izdelava pisnega poročila

V začetku raziskave sem se odločila za kvalitativno metodo raziskovanja intervjuja, ki omogoča pridobivanje poglobljenih, bogatih vsebin in podatkov ter tako zagotavlja boljši vpogled v številne interpretacije preučevanega pojava.

Z njimi sem se želela srečati in intervjuje posneti, oziroma opraviti intervju preko telefona.

Po več neuspešnih poskusih najti ustrezen časovni termin, sem se odločila, da jim vprašanja pošljem po elektronski pošti - tako ne moremo več govoriti o intervjuju, ampak so udeleženke izpolnile anketni vprašalnik. Vprašanja sem nalašč pustila odprtega tipa, da bi intervjuvanke lahko zapisale čim več osebnih izkušenj in podale lastna mišljenja in gledanja na temo raziskave. Poleg glavnih vprašanj sem dopisala več podvprašanj, da bi jih lažje usmerila k informacijam, ki sem jih želela od njih pridobiti.

Po prejetih vprašalnikih sem preverila, ali so razumele navodila izpolnjevanja in podala dodatno razlago, če je bilo to potrebno. Nad takšnim načinom pridobivanja odgovorov nisem bila najbolj navdušena, saj sem se zavedala, da bi ob bolj vodenem pogovoru z veliko verjetnostjo prejela več točno določenih informacij, ki so me zanimale, tako pa sem bila odvisna od njihovih interpretacij, časa in interesa za zapis odgovorov.

Ob pregledu vrnjenih pisnih intervjujev sem ugotovila, da dve udeleženki nista v svojih odgovorih zapisali praktično nobenih informacij, za katere sem prosila in ki bi bistveno lahko pripomogle k uspešnejši raziskavi. Prosila sem ju, če lahko svoje odgovore dopolnita, vendar nobena v tistem časovnem obdobju ni imela časa, da bi to storila. Tako sem se odločila, da njihovih odgovorov ne upoštevam pri analizi in končni interpretaciji odgovorov.

5 Predstavitev sodelujočih

Osebam, ki so se odločile odgovoriti na moja vprašanja, sem zagotovila popolno anonimnost, zato ne bom uporabila njihovih imen, ampak sem jih označila po vrstnem redu, kakor sem prejela njihove odgovore na vprašanja.

Oseba 1: Stara je 21 let. Obiskuje drugi letnik fakultete v Ljubljani. Vid je postopoma izgubljala od otroštva dalje. Danes je popolnoma slepa.

Oseba 2: Ima 20 let. Hodi v četrti letnik srednješolskega programa 3 +2. Popolnoma slepa je od rojstva.

Oseba 3: Stara je 20 let. Obiskuje prvi letnik fakultete v Ljubljani. Vid se ji je začel slabšati v otroštvu. Danes ima vsega 8 odstotkov centralnega vida.

Oseba 4: Stara je 17 let. Obiskuje drugi letnik gimnazije. Njen vid se je slabšal ves čas njenega otroštva. Danes je slabovidna, s približno 50 odstotki ostanka vida.

IV. ANALIZA ODGOVOROV IN INTERPRETACIJA

Oseba 1:

Oseba pravi, da je s svojim videzom zadovoljna, ampak se hkrati tudi zaveda, da »moj zunanji videz ni popoln«. Njen obraz se ji zdi privlačen, na sebi pa najbolj občuduje dolge lase, »saj so zelo gosti in gladki«. Sama sebi se zdi zelo majhna (v višino meri približno 156 centimetrov) in bi to zelo rada spremenila, oziroma bi »imela daljše noge«. Na videz na splošno gleda zelo realno, saj po njenem mnenju »idealna zunanja podoba ne obstaja«. Ni ji všeč, da ljudje komentirajo njen zunanji videz. Čeprav dobi veliko komplimentov na njeno »vitko postavo, dolge lase in modre oči«, se ob tem počuti neprijetno. Doda, da je prav na račun vitke postave v preteklosti večkrat namesto današnjih pohval, slišala žalitve in zasmehovanje vrstnikov, ki so jo imenovali »suha južina«. Zaradi nošenja temnih oblačil so jo klicali »tamala v črnem«. Odzivi okolice so jo zelo užalostili. Pozitivni odzivi staršev, celotne družine, prijateljev in profesorjev je niso prepričali v nasprotno. V želji, da bi jo okolica sprejela, sem »razmišljala, kaj lahko spremenim na sebi, da bom všeč drugim«.

Danes pravi, da je to obdobje preteklost, »saj mi ni pomembno, kaj drugi mislijo o mojem izgledu« in da »nihče razen mene same nima pravice presojsati o mojem izgledu«.

Svojo prvo izkušnjo z ličenjem je doživela, ko je bila stara 11 let. Doda, da je bila takrat še slabovidna. Prvo izkušnjo nakupovanja ličil je doživela skupaj z mamo. V domači kopalnici si je pred ogledalom sama namazala oči in ustnice. »Izkušnja se mi je zdela in se mi še vedno zdi zelo dobra in pozitivna, saj sem se ob ličenju zelo zabavala in uživala«. Mama je njen videz pohvalila, prav tako oče, čeprav se mu je zdelo »nenavadno in smešno, da se njegova hči liči.«

Ko je bila naličena, se je počutila »prijetno in bolj samozavestno«. Kljub pohvali nihče od domačih ni več omenil, da bi se lahko še kdaj naličila, prav tako ji v zvezi z ličenjem ni ponudil nobene pomoči. Anketiranka meni da zato, ker se je z »ličili dobro znašla«. Tudi danes ne opazi, da bi se ljudje do nje obnašali drugače, kadar je naličena, oziroma če ni.

Anketiranka meni, da večina ljudi v njenem socialnem okolju (fakulteta) uporablja kozmetiko, vendar težko oceni, ker se njene prijateljice ličijo zgolj občasno, in sicer za posebne priložnosti (koncert, zabava). Njen ožji prijateljski krog so videče vrstnice. Z njimi se pogosto pogovarja o ličilih, »katera ličila so za kožo manj škodljiva in vsebujejo več naravnih snovi. Pogosto si svetujemo, kdaj uporabiti kateri odtenek določenega ličila. Včasih pa gremo tudi skupaj v trgovino, kjer kupujemo ličila«.

Anketiranka nakupuje ličila enkrat mesečno. Kupuje jih sama, brez pomoči videče osebe, sama se tudi odloča o barvnih odtenkih in sama se liči. Redno uporablja puder za obraz, »saj lahko tako skrijem mozolje«. S senčenjem pa pogosto »poudarim barvo oči«.

Ličenje osebi predstavlja »prijeten obred in rutino. Ličila ji pomenijo zabavo in ob ličenju se tudi sprosti. Pravi, da uživa in se zabava v samem procesu ličenja.

Liči se zaradi sebe in bi s tem nadaljevala, tudi če ne bi bila v okolici, ki bi to prakticirala. »Ko sem naličena, se včasih res počutim nekoliko bolj samozavestno, predvsem pa se mi zdi, da dobim več energije in motivacije za delo«.

Ličil ne uporablja za izražanje svoje osebnosti, saj meni, »da zunanji videz ni dober napovednik osebnosti kot celote«.

Oseba 2:

Osebi je njen videz všeč in se vsak dan trudi, da je videti urejena. Malo manj je samozavestna glede svojega oprsja, »ki je nekoliko močnejše« in je bila zaradi njega večkrat tarča posmeha.

Ko je začela prejemati komplimente o svojem videzu, »sem bila presenečena, saj sem včasih imela občutek, da nisem videti lepa«. Če bi se negativni komentarji o njenem videzu vrstili, bi to skušala popraviti, če bi šlo.

Njena prva izkušnja z ličili ji ni ostala v dobrem spominu: »Komaj sem čakala, da si ličila sperem s kože, saj mi je bilo zelo neprijetno. Najbolj neprijetno mi je bilo imeti ličila na očeh, saj so me pekle in srbele.«

Anketiranka se liči le ob posebnih priložnostih (poroka, maturantski ples, valeta). Naliči jo vedno nekdo drug, sama se še ni nikoli naličila, le včasih si sama pordeči ustnice. Ličil sama ne kupuje, če pa bi to morala storiti, bi se vsaj na začetku »zanesla na videčo osebo«.

Kadar je naličena, anketiranka za videz ne dobi nobenih posebnih pohval, spodbud, da bi se še kdaj naličila, niti ji ni nihče ponudil pomoči pri ličenju. Pravi, da se ljudje »obnašajo do mene enako, ko sem naličena in ko nisem.« Kljub temu bi se želela še večkrat naličiti.

Njene prijateljice so vse slepe ali slabovidne. O ličilih in ličenju se »ne pogovarjamo veliko« ... »predvsem si svetujemo glede barve.«

Oseba 3:

Anketiranka že v uvodu nastopi zelo močno: »Moja samopodoba generalno gledano, je zelo dobra. Moje obrazne poteze so mi zelo všeč in na sebi načeloma ne bi nič spreminjala, vsaj ne iz razloga, ker si ne bi bila všeč.«

Nadaljuje z zelo pozitivnim opisom svojega obraza: »Na meni mi je všeč obraz in obrazne poteze. Moje oči so velike, nekateri ljudje mi rečejo, da so na sončni svetlobi videti zelene, ob večerih pa rjave. So edinstvenih barv, zato so mi všeč. Všeč mi je moja koža, z njo nikoli nisem imela težav in zanjo zelo skrbim. Všeč mi je, ker je brez rdečin, aken, ogrcev in je gladka, mehka in sijoča. Prav tako so mi všeč moje ustnice in nos, ker so idealnih proporcev za moj obraz. Zelo zadovoljna sem tudi s svojo postavo, saj sem se do sredine srednje šole profesionalno ukvarjala z baletom, kasneje pa s plesom ob drogu. Oblika mojega telesa je točno takšna, kakršno bi si želela, če moje telo ne bi bilo izklesano.«

Iz odzivov okolice verjame, da si ljudje mislijo o njej, »da sem lepa punca. Že kot otrok sem imela tudi veliko pozornosti nasprotnega spola in tako je še danes. Menim, da je to ena od tistih stvari, ki mi dajejo potrditev in je zaradi tega tudi moja samopodoba tako dobra. Če nikoli ne bi dobila odziva ljudi okoli mene, da sem jim lepa in bi denimo dobivala nasprotno odzive (npr. zasmehovanje zaradi telesne teže, velikega nosu ali kaj drugega) se moja samopodoba zagotovo ne bi razvila v takšno kot je zdaj.«

Anketiranka je opazila, da ljudje v njenem ožjem socialnem krogu večkrat komentirajo svoj videz, kadar jim le ta ni všeč: »zelo redko sem slišala, da bi kdo izražal ponos in ljubezen do svojega telesa, menim pa, da ja vzrok za to strah pred tem, da bi izpadli samovšečni v danes že tako ali tako obsojajoči družbi.«

Anketiranka o sebi meni, da je zelo empatična oseba, zato so jo takšni komentarji prizadeli: »Običajno se s komentarjem nisem strinjala in sem poskušala tej osebi pojasniti, da je lepa kakršna je.«

Svojo prvo izkušnjo je kot otrok doživela v domači kopalnici, kjer je mama imela spravljena ličila: »Mislim, da je bila moja prva izkušnja s šminko. Mama jih je imela zelo veliko in vsako sem si

premazala čez ustnice, saj sem za vsako želela videti, kako na meni izgleda«. Odkrivanje novega sveta se ji je zdelo zabavno.

Prva ličila ji je kupila mama, danes to stori sama. Kupuje jih tudi preko spleta. »Ker imam le težave z ventralnim vidom in nisem slepa, pomoči ostalih ne potrebujem. Včasih vprašam prijateljice za mnenje, ampak ne zato, ker ne bi videla.«

Anketiranka je prvič v javnosti od ličil nosila samo maskaro. Ličila na drugih delih obraza je dodala postopoma in vsakič, »ko sem še kaj dodala na primer eyeliner, barvico za obrvi, šminko, so mi prijateljice in domači rekli, da mi paše in da izgleda lepo.« Okolje, v katerem se je gibala, jo je spodbujalo k nošenju ličil »in da je lepo, da mi pristaja. Še največkrat mi je to rekla sestra.«

Tudi danes se družijo z ljudmi (v družinskem krogi, prijateljice na fakulteti), ki vsak dan uporabljajo ličila. Njene prijateljice so vse videče. Tema pogovora le redko nanese na področje ličenja, »saj je to že nekaj vsakdanjega in je rutina, včasih se pogovarjamo o ličilih, če katera potrebuje kak nasvet /.../ Svetujemo si morda le, če katera od nas potrebuje nov izdelek za ličenje in se pogovarjamo o tem, ali ga je katera že uporabljala, katere firme so vredne in tako naprej«.

Anketiranka se vedno, kadar je naličena, počuti urejeno in lepo, »počutim se kot, da je moja naravna lepota podarjena z makeup-om«. Opazila je, da se ljudje, še posebej če nosi močnejši make up, do nje drugače obnašajo: »Opazam, da ljudje mislijo, da sem starejša. Če želim naročiti alkoholno pijačo v baru ali na zabavi in nisem naličena, moram še danes pokazati osebni dokument, če pa sem naličena me za dokument nikoli ne vprašajo.«

Na vprašanje, zakaj se liči, je odgovorila: »Menim, da je najbolj zmotna domneva ljudi, da se ličijo osebe, ki imajo slabo samopodobo in si niso všeč. Taki ljudje ličil in modnega sveta ne bojo nikoli razumeli, saj gre za nekaj več. Po mojem mnenju je ličenje umetnost, vsak človek pa žal ni umetnik. Sama sem umetnica že od malih nog. Umetnost je način izražanja, kot bi z roko segel v trebuh in iztrgal vso frustracijo in jo razmazal na platno. Je način življenja. Zame sta čopič in šminka umetnost in zmožnost izražanja, ki ju lahko odnesem kamorkoli, ju lahko imam v torbici in ju uporabim kadarkoli. Jutranje ličenje je kot meditacija. Uživam v procesu in ne mislim na nič. Kak dan vzamem rdečo šminko in mi dvigne razpoloženje, kak dan pa svetlo, neopazno in me pomirja. Ličim se, ker je to moj način izražanja, sproščanja in izkazovanja moje ženskosti. Želim predstaviti sebe kot urejeno, negovano žensko, ki skrbi zase. Želim pokazati svojo konfedenco in suverenost, samozavest. Skratka samo sebe.«

Anketiranka na spletu večkrat pogleda kakšen posnetek na Youtube, ki prikazuje tehnike ličenja ali daje nasvete za ličenje. »Youtube je zelo velika pomoč pri učenju pravilnega ličenja. Sama se nikoli ne

ličim po navodilih iz youtuba, rada pa gledam videe, saj mi jih je zanimivo gledati. Proces ličenja ali opazovanja osebe, ki se liči, je zame pomirjujoč.«

Liči se sama, le za posebne priložnosti, kot je bila valeta, maturantski ples ... najame profesionalno vizažistko. Sama največkrat poudari svoje oči, »ker tja največ ljudi najprej pogleda«. Ličenje označi kot »del mene in da je moj način izražanja«. In biti naličena je »moja odločitev in osrečuje mene. To mi je veliko bolj pomembno kot mnenje drugih ljudi.«

Oseba 4:

Osebi so na njej najbolj všeč lasje, »ker so zelo gosti in mehki«, za katere je od okolice dobila veliko pozitivnih komentarjev, prav tako za svoje velike oči. Ni pa zadovoljna s svojo obliko telesa, »saj sem bolj močne postave«, kar so komentirali tudi ostali v njenem socialnem okolju. Pozitivne ocene so jo spravile v dobro voljo, negativne kritike pa v slabo.

Anketiranka se je prvič naličila doma sama, ko je bila stara 13 let. »Meni je bila izkušnja zelo všeč, ker sem si to že prej želela poskusiti in bilo mi je zelo všeč, kako izgledam z ličili.« Reakcija njenega domačega okolja je bila nad njenim videzom pozitivna: »Rekli so mi, npr. WOW zelo ti paše, da si naličena, zelo si lepa, paše ti.« Ljudje v okolju so ji rekli, naj to večkrat ponovi: Rekli so, npr.: »Naliči se še kdaj, ker ti zelo paše. Ja nekateri so rekli, da bi mi pokazali, kako se uporabljajo še druga ličila«. Anketiranka sama se je z ličili počutila bolj odraslo, pomembno in samozavestno.

Liči se polovica njenih prijateljic. Večina ljudi, s katerimi se anketiranka družijo, je videčnih, le nekaj slabovidnih. Od ličil pa najpogosteje uporabljajo maskaro za trepalnice. S prijateljicami se o ličenju ne pogovarjajo pogosto: »Pogovarjamo se, kako se kaj uporablja ali kako bi se lahko še naličile« in si svetujejo glede uporabe kozmetičnih pripomočkov.

Oseba se skoraj vedno sama odloči, kateri barvni odtenek ličila si bo kupila, le redko vpraša za mnenje prijateljico. Na portalu Youtube si včasih ogleda kakšen posnetek, kjer svetujejo, kako se naličiti: »Najraje spremljam Lepo Afno.«

Anketiranka se največkrat naliči sama. Naliči si oči in ustnice, »ker mi je na teh mestih to najbolj všeč« in prekrije tisto, kar ji ni. Z ličili se počuti samozavestno, pogumno, še posebej, če dobi za videz kakšno pohvalo. Ličila bi se tudi, če za svoj izgled ne bi dobila več nobene pohvale.

Anketiranka z ličili izrazi sebe: »Ne ličim se s premočnimi barvami in se mi zdi, da se vidi, da nisem preveč divja, ampak sem malo bolj umirjena.«

Vse anketiranke so se prvič srečale z ličenjem še v času osnovne šole. Začele so na lastno pobudo, ko so spremljale svojo okolico, ličili so se njihovi člani družine. V okolju, kjer so bila ličila sprejeta kot nekaj vsakdanjega, se je pokazalo, da so od anketiranke skoraj pričakovali, da se bo začela ličiti, oziroma jo ob njenih prvih poskusih pri tem tudi spodbujali.

Vse udeleženske raziskave se zavedajo pomena vpliva okolice na njihovo osebnost. Lahko so jo izkusile na lastni koži, tako negativne kot pozitivne. Negativni komentarji so jih prizadeli, pa vendar ne vse enako. Dve od njih sta odkrito priznali, da bi svoje napake, ki so motile druge, skušale čim hitreje popraviti. Reakcije okolja, v katerih se gibljejo anketiranke, se med seboj razlikuje. Nekatere so deležne veliko pohval na račun svojega videza, zopet druge živijo v okolju, ki temu ne daje veliko pozornosti. Predvsem pri eni anketiranki se je pokazalo, da je okolje glede uporabe ličil zelo nestimulativno, tudi sama se družijo skoraj vedno s slepimi in slabovidnimi, ki ličil ne uporabljajo in se z njimi o tej temi tudi dosti ne pogovarja. Kadar se naliči, to ostane neopaženo. Predvidevamo, da zaradi okolja, ki ji povratne informacije o njenem videzu ne more dati. Ravno obratno je pri anketirankah, kjer je njihovo socialno okolje bilo že od nekdaj zelo vzpodbudno pri razvijanju njihove samostojnosti in pozitivne samopodobe. Pri tem zagotovo izstopa oseba 3, ki kaže daleč najvišjo pozitivno stopnjo samopodobe. Označila bi jo za trendseterko, medtem, ko bi za ostale rekla, da se ličijo zato, da bi izboljšale svojo samopodobo. Vse anketiranke so na vprašanje, ali bi se ličile kljub temu, da iz okolja o njihovem videzu ne bi dobile nobene povratne informacije, odgovorile pritrdilno. To kaže na neko notranje zadovoljstvo in samozavest, ki jim ga ličila nudijo.

V. Zaključek

V raziskavi nas je zanimalo, kaj pomenijo ličila slepim in slabovidnim uporabnicam ličil.

Raziskava je pokazala velik pomen vzgoje in pozitivnih spodbud primarnega in kasneje sekundarnega socializacijskega okolja na razvoj anketirančeve samopodobe. Slepim in slabovidnim se morajo bolj kot videči o svojem videzu zanašati na povratne informacije iz okolja. Ker se v ogledalu ne vidijo, ne morejo preveriti, ali so izjave iz okolja resnične ali ne. Negativne opazke o njihovem videzu lahko čustveno osebo močno zaznamujejo, saj jim verjame oziroma jim je prisiljena verjeti, da je to, kar govorijo res. Čustveno stabilno okolje, ki posamezniku nudi oporo, mu omogoča, da razvije pozitivno samopodobo in samozavest, s katero bo lažje premagoval življenjske težave.

Anketiranke ličila uporabljajo kot videče uporabnice ličil – z njimi želijo zakriti svoje nepravilnosti, kar kaže na to, da se zavedajo svojih »pomanjkljivosti«, oziroma vedo, kaj je v njihovi družbi sprejeto kot lepo in zaželeno. Že sam občutek, da vedo, da so s korektorjem zakrile nepravilnosti je razlog, da se v družbi počutijo bolj samozavestne.

VI. LITERATURA

Allen, M. (1981). *Selling dreams – Inside the beauty business*. London: J. M. Dent & Sons Limited.

Anýžová, P., P. Matějů. 2018. „Beauty still matters: The role of attractiveness in labour market outcomes.“ *International Sociology* 33 (3): str. 269–291,

Beauvoir, S. (2000). *Drugi spol*. Ljubljana: Delta.

Bornšek, F. (2014). *Idealne podobe žensk skozi stoletja*. Raziskovalna naloga. Celje. Dostopno na: <http://www.ce.sik.si/raziskovalne/4201403134.pdf> (pridobljeno, 10. 1. 2020)

Carsten, L. (2000). *Lepota skozi letne čase*. Prešernova družba; Ljubljana.

Cec, E. (2017). Ličenje. Učbenik za modul Ličenje v programih Kozmetični tehnik in frizer. Grafenauer založba d. o. o

Corson, R. (1972). Fashions in make-up: From ancient to modern times. London.

Eco, U. (2006). Zgodovina lepote. Modrijan, Ljubljana.

Etcoff, N. (1999). Survival of the prettiest: The science of beauty. New York: Doubleday Publishing.

Fabricant, S. M. in J. S. Gould (1993). Women's make-up careers: An interpretive study of color cosmetic use and 'face value'. *Psychology and Marketing* 10(6), str. 531-549.

Gunn, F. (1973): The artificial face: A history of cosmetics. Melbourne: Wren Publishing Pty. Ltd.

Jacob, M. B. (2003/2004). Obsessed with Impression Management: A Critical Sociology of Body Image in Capitalist Society. [Human Architecture: Journal of the Sociology of Self-Knowledge](#). Let. 2, št. 2.

Kanazawa, S. in Still, M. C. (2017). Is There Really a Beauty Premium or an Ugliness Penalty on Earnings? *Journal of Business and Psychology* str. 1-14.

Kobal Grum D. (2001). Temeljni vidiki samopodobe. Ljubljana, Pedagoški inštitut.

Kobal Grum, D. in Kobal, B. (ur.) (2006). *Zagotavljanje enakih možnosti za vzgojo in izobraževanje slepih in slabovidnih otrok v Sloveniji*. Ljubljana: DEMS.

Kobal Grum D. (2014). Samopodoba slepih in slabovidnih otrok ter mladostnikov
V: Pinterič, A. Deutsch (Ur.). *Inkluzivno izobraževanje slepih in slabovidnih otrok ter mladostnikov*. Zavod RS za šolstvo, Ljubljana; str. 82-98.

Lee, H., & Oh, H. (2018). The Effects of Self-Esteem on Makeup Involvement and Makeup Satisfaction among Elementary Students. *Archives of Design Research*, 31(2), 87-95.

Moon, H. K., in Yoo, T. S. (2003). A study of the self-esteem, degree of appearance concern, clothing attitude and make-up. *Journal of the Korean Society of Costume*, 53(4), str. 101-112.

Murn, T. (2002). *Kaj piše na tabli? Ne vidim prebrati*. Škofja Loka: Center slepih in slabovidnih.

Putre, P. (2014) Samopodoba slepih in slabovidnih otrok ter otrok brez okvar vida. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani. Pedagoška fakulteta.

Body Image and Blindness: It's Not What I Saw, It's What I Felt (Jenni Dunlap)
<https://www.nationaleatingdisorders.org/blog/body-image-and-blindness-its-not-what-i-saw-its-what-i-felt>

Growing Up Blind Didn't Spare Me From Body Dysmorphia, It Made It Worse
<https://www.refinery29.com/en-gb/body-dysmorphia-blind>

Priloga A: Vprašalnik

Pozdravljena! Pred tabo je intervju o tvojem pogledu na uporabo ličil in na tvojo izkušnjo z njimi. Prosim, da se pri vsakem vprašanju »razpišeš« in zapišeš tvoje mišljenje, izkušnje ... Vzemi si čas. NI potrebno, da na vsa vprašanja odgovoriš naenkrat. Včasih se najboljše misli utrnejo, ko si narediš odmor. Prosim piši iskreno. Tvojega imena v nalogi ne bom objavila.

1. Kaj meniš o svojem zunanem videzu (predvsem obraz)?

a) Kaj ti je na tebi všeč in kaj ne (zakaj ti ni všeč in zakaj ti je)?

2. Kaj ljudje menijo o tvojem videzu?

a) Ali je že kdo komentiral svoj videz, kaj je rekel pohvalnega in kaj negativnega?

b) Kako si se ob tem počutila?

c) Ali je več oseb reklo pozitiven ali negativen komentar na del tvojega telesa? Kakšni so bili ti komentari?

3. Opiši svojo prvo izkušnjo z ličenjem?

a) Kdaj, kje, kdo je bil zraven?

b) Ali je bila to dobra izkušnja ali ne? Zakaj?

c) Kakšna je bila reakcija ostalih na to, da si naličena? So bili komentarji pozitivni ali negativni (navedi jih) ali jih sploh ni bilo?

d) Kako si se počutila ti, ko si bila prvič naličena?

4. Ali kdo omeni, da bi se lahko kdaj naličila? Če da, kaj je rekel? Ali ti je kdo ponudil pomoč z ličili?

5. Ali ljudje, s katerimi se srečuješ in družiš vsak dan, tudi večinoma uporabljajo kozmetiko? Kje se s temi osebami najpogosteje srečuješ?

6. Ali se tvoje prijateljice ličijo?

a) Približno koliko procentov tvojih prijateljic se liči? So videče, slabovidne ali slepe?

b) Ali se z njimi tudi pogovarjaš o ličenju? Kaj se pogovarjate?

c) Ali si med seboj svetujete glede ličil in njihove uporabe? Če da, kaj in kako?

7. Kje si dobila prva ličila, kje in kako sedaj kupuješ ličila

8. Ali se ljudje drugače obnašajo do tebe, ko si naličena? Če je tvoj odgovor pritrdilen, navedi primer.

9. Ali sama odločaš o barvah in odtenkih ali se zanašaš na videčo osebo, ki ti pove, če ti neka barva pristoji?

a) Ali iščeš spletne strani z nasveti o ličenju, ali obiskuješ YouTube in se poskušaš ličiti s pomočjo videoposnetkov in tehnik, ki so v njih predstavljene? Katero osebo na spletu najraje spremljaš, zakaj?

b) Se ličiš sama ali te naliči kdo drug?

c) Na kateri del obraza si največkrat naneseš ličila? Zakaj ravno ta?

10 Zakaj se ličiš?

a) Kaj ti ličila pomenijo?

b) S kakšnim namenom uporabljaš ličila?

c) Kaj želiš z ličili povedati okolici?

d) Kako se počutiš, ko si naličena? Si bolj samozavestna, dobiš več pohval?

e) Ali z ličili izraziš svojo osebnost? Kako?

f) Ali takrat, ko si naličena, dobiš več pohval o tvoj videz in da pri tem ne gre za neko posebno priložnost? Če da, kakšne so te pohvale?

g) Ali bi se ličila tudi, če iz okolja ne bi dobila nobenega odziva o tvojem izgledu?

Najlepša hvala za sodelovanje!