

Mestna občina Celje
Komisija mladi za Celje

ŽENSKI TELESNI IDEALI V POSTMODERNI DRUŽBI

RAZISKOVALNA NALOGA

ŠIFRA: IDEAL

LETNIK: [3. LETNIK]

Celje, marec 2021

ŽENSKI TELESNI IDEALI V POSTMODERNI DRUŽBI

RAZISKOVALNA NALOGA

ŠIFRA: [IDEALI]

LETNIK: [3.LETNIK]

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2021

Ženski telesni ideali v postmoderni družbi

Mestna občina Celje

Mladi za Celje



ŽENSKI TELESNI IDEALI V POSTMODERNI DRUŽBI

Raziskovalna naloga

Avtorica:

TEA SIMIČ, 3. B

Mentorica:

VALERIJA ZORKO, prof.

Celje, marec 2021

Ženski telesni ideali v postmoderni družbi

Gimnazija Celje -Center program:
[splošna gimnazija]

ŽENSKI TELESNI IDEALI V POSTMODERNI DRUŽBI

RAZISKOVALNA NALOGA

AVTOR: TEA SIMIČ, 3. B

MENTOR: Valerija Zorko,
prof.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje
Celje, 2021

ZAHVALA

Največja zahvala gre mentorici Valeriji Zorko, prof., za potrpežljivost, svetovanje in pomoč pri izdelavi raziskovalne naloge ter lektoriranju. Hvala Simoni Painkret, prof., za pomoč pri računalniški obdelavi podatkov in svetovanju pri izdelavi naloge.

Zahvalila bi se tudi rada vsem dijakinjam, ki so sodelovale pri anketiranju in odgovorile na vprašanja.

KAZALO

POVZETEK	1
1 UVOD	2
1.1 Namen raziskovalne naloge	2
1.2 Cilji	3
1.3 Hipoteze	3
1.4 Metodologija	4
2 TEORETIČNI DEL.....	6
2.1 Družbena konstrukcija ženskih teles.....	6
2.1.1 Pojem telesnega ideala	6
2.2 Zgodovina ženskih telesnih idealov	8
2.2.1 Kronološka predstavitev telesnih idealov.....	8
2.3 Razumevanje telesa v postmoderni družbi	21
2.3.1 Postmoderna (sodobna) kapitalistična in potrošniška družba.....	21
2.3.2 Vpliv množičnih medijev	25
2.3.3 Konstrukcija telesa v postmoderni (potrošniški) družbi.....	31
2.4 Odgovor na telesne ideale v postmoderni družbi	33
2.4.1 Aktivistične skupine.....	33
2.4.2 Prehranjevalne motnje in motnje hranjenja	36
2.4.3 NADZOR NAD TELESOM ali TELO KOT PROJEKT.....	40
3 PRAKTIČNI DEL	49
3.1 INTERPRETACIJA REZULTATOV	49
4 RAZPRAVA.....	61
5 ZAKLJUČEK.....	66
5.1 Nova vprašanja	68
6 VIRI IN LITERATURA	69
7 PRILOGA	72
IZJAVA.....	77

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Delež odgovorov dijakinj (v %) na trditev: Telesni ideali, ki so prikazani v medijih, so mnogokrat obdelane in spremenjene fotografije deklet.....	49
Graf 2: Delež odgovorov dijakinj (v %) na vprašanje, ali so že kdaj slišale za aktivistični skupini, ki telesne ideale žensk v medijih zavračata (body positive movement, fat acceptance movement)	50
Graf 3: Delež odgovorov dijakinj (št. pritrdilnih odgovorov) na vprašanje, kako koristni se jim zdita aktivistični skupini	50
Graf 4: Delež odgovorov dijakinj (v %) na trditev: Telesni idealni, prikazani v medijih, močno vplivajo na mojo telesno samopodobo	53
Graf 5: Delež odgovorov dijakinj (v %) na trditev: Moje ukvarjanje s telesom (prehrana) je povezano z ohranjanjem zdravja in ne s telesnimi ideali v medijih	55
Graf 6: Delež odgovorov dijakinj (v %) na trditev: Moja telesna aktivnost je povezana s spremljanjem telesnih idealov medijih in želi po podobnem telesu	57
Graf 7: Delež odgovorov dijakinj (v %) na vprašanje, ali so že kdaj razmišljale o trajnem posegu v telo (lepotni operaciji), da bi izboljšale telesni izgled	58

KAZALO TABEL

Tabela 1: Cenik plastičnih operacij v eni izmed slovenskih kirurških centrov (Estetika Fabjan)	44
Tabela 2: Ocena samopodobe dijakinj, ki so se strinjale s trditvijo (graf 4) in tistih, ki se niso strinjale.....	53
Tabela 3: Prikaz pogostosti spreminjanja načina prehranjevanja pri dijakinjah, ki se (ne)strinjajo s trditvijo (graf 5)	55
Tabela 4: Prikaz tedenske telesne aktivnosti pri dijakinjah, ki se (ne)strinjajo s trditvijo (graf 6).....	57
Tabela 5: Občutje pritiska glede spremembe telesa pri dijakinjah, ki so razmišljale o lepotni operaciji, in pri tistih, ki niso	60

KAZALO SLIK

Slika 1: Wilendorska Venera.....	9
Slika 2: Nefretete (doprsni kip)	9
Slika 3: Telo v starem Egiptu	9
Slika 4: 3D-podoba rimskega idealnega telesa.....	10
Slika 5: Afrodita (Miloška Venera – okoli l. 100 pr. n. št.).....	10
Slika 6: Ženska v dinastiji Han	11
Slika 7: 3D-predstavitev idealnega telesa v srednjem veku.....	12
Slika 8: Hugo van der Goes - Padec Adama	12
Slika 9: Tician: Danae s pestunjo (1553–1554) Mesnati akt	13
Slika 10: 3D-predstavitev idealnega telesa (Rubens)	14
Slika 11: Rubens – Tri gracije.	14
Slika 12: 3D-predstavitev idealne ženske v času industrializacije	15
Slika 13: Jean D. Ingres – Turška kopel	15
Slika 14: Ženska v dvajsetih letih 20. stoletja	16
Slika 15: 3D-predstavitev idealnega telesa (1930–1950)	16
Slika 16: Marilyn Monroe	16
Slika 17: 3D-predstavitev idealnega telesa v šestdesetih letih 20. stoletja	17
Slika 18: Twiggy	17
Slika 19: 3D-predstavitev idealnega telesa v sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja	18
Slika 20: 3D-predstavitev idealnega telesa v devetdesetih letih 20. stoletja	19
Slika 21: 3D-predstavitev današnjega idealnega telesa	20
Slika 22: Kim Kardashian.....	20
Slika 23: Prikaz globalizacijskega procesa	22
Slika 24: Delovanje ekonomskega sistema s primeri.....	24
Slika 25: Primer aplikacije za retuširanje telesa.....	26
Slika 26: Tess Holiday – vidna predstavnica Fat Acceptance gibanja	35
Slika 27: 'I am thinking of myself – Växjö' (2005).....	35
Slika 29: Aplikacija Fitbit	43
Slika 30: Primer kozmetične operacije (Kim Kardashian)	46

POVZETEK

Telesni ideali so postavljeni tako, da so pravzaprav nedosegljivi. Ta fenomen seže v zgodovino, a zlasti v postmoderni družbi pogosto povzroča frustracijo pri ženskah, kar se pa odraža tudi v želji po spreminjanju telesa. Z raziskovalno nalogo sem ugotovila, da dekleta Gimnazije Celje - Center zaradi telesnih idealov v medijih čutijo družbeni pritisk in imajo nižjo telesno samopodobo. Ta je razvidna iz množične uporabe različnih metod za spreminjanje lastnega telesa, najbolj s pomočjo telesne aktivnosti, pri nekaterih je prisotna tudi želja po lepotni operaciji.

Želja po spreminjanju telesa, da bi to ustrezalo družbenemu standardu, ni prisotna le pri dijakinjah GCC, temveč je razvidna tudi iz tujih raziskav, ki ugotavljajo vpliv telesnih idealov v medijih na percepcijo lastnega telesa ter kažejo vzročno povezavo s telesnimi podobami v časopisih, revijah televizijah ipd.

Da bi dosegle popolno telo, so dijakinje telesno aktivne 5-krat tedensko vsaj pol ure dnevno. Način prehranjevanja je zanje manj učinkovita metoda za doseganje popolnega telesa, večjo uspešnost pripisujejo lepotnim operacijam (povečanje ustnic, liposukcija, povečava prsi, face lift, eye lifting).

1 UVOD

1.1 Namen raziskovalne naloge

V svoji raziskovalni nalogi bom predstavila telesne ideale v postmoderni družbi in njihovo širjenje z množičnimi mediji, ki nimajo več le informacijske vloge, temveč so tudi ideološki aparat, saj postavljajo vrednotni in normativni okvir posamezniku, tudi s percepcijo lastnega telesa.

Telesna podoba žensk je že od nekdaj drugače sprejeta od moških, namenjamo ji veliko pozornosti. V družbi se zaradi različnih razlogov/vplivov oblikujejo predstave o obsegu in telesnih oblikah, ki veljajo kot primerne, privlačne in zaželeno. Mnogo kultur ima že utrjene predstave o tem, kako naj bi popolno telo izgledalo. Ker obstajajo take predstave, si veliko žensk prizadeva doseči »zaželeno telo« z načini, ki so skoraj postali rutinski del življenja: diete, nadzorovanje vnesene količine hrane, telovadba, dnevno tehtanje, merjenje, spreminjanje samopodobe telesa ipd. Te predstave o »telesnem idealu« so se v zgodovini močno spreminjale, eden izmed dejavnikov so tudi velike spremembe zahodne družbe v 20. stoletju, ki jo v 2. pol. 20. st. poimenujemo kot obdobje postmoderne družbe. To obdobje je močno povezano s potrošniško percepcijo dela in prostega časa. Oblikovali so se »telesni ideali postmoderne družbe«, ki so postali osrednji izraz identitete številnih žensk, ki se trudijo približati lastno telo fizični popolnosti, tj. težko dosegljivemu, fantazijskemu telesu, predstavljenem v medijih.

Namen moje raziskovalne naloge je ugotoviti, kakšen je koncept ženskih telesnih idealov in kako so se ti spreminjali skozi zgodovino. Ugotoviti želim njihovo povezanost s potrošniško kulturo in (odločilno?) vlogo medijev pri njihovem določanju. Ker so ženske najbolj izpostavljene telesnim idealom, bom naredila raziskavo, kjer bom z anketo ugotovila, kako *dijakinje* GCC sprejemajo telesne ideale in kakšna je njihova povezanost z načinom življenja (prehrana, življenjski slog dijakinj) ter telesno samopodobo. S to raziskavo želim ugotoviti povezanost telesnih idealov, s katerimi se vsak dan srečujemo, z vsakodnevnim življenjem ter s posameznikovim sprejemanjem lastnega telesa.

1.2 Cilji

1. Prikazati spreminjanje telesnih idealov v zgodovinski perspektivi.
2. Predstaviti telesne ideale v postmoderni družbi in družbene okoliščine, ki so vplivale na njihov nastanek.
3. Ugotoviti, kako so telesni ideali v današnji družbi sprejeti med dijakinjami GCC.
4. Ugotoviti, če oz. v kolikšni meri, po mnenju dijakinj GCC, telesni ideali vplivajo na njihovo samopodobo in življenje (preživljanje prostega časa, prehranjevanje, življenjski slog).

1.3 Hipoteze

- H1** Večina dijakinj GCC prepozna telesne ideale in jih opredeljuje kot računalniško spremenjene ter obdelane fotografije.
- H2** Večina dijakinj je že slišala za aktivistični skupini, ki telesne ideale zavračata; ocenjujejo jih kot koristni.
- H3** Dijakinje menijo, da na njihovo telesno samopodobo močno vplivajo telesni ideali, prikazani v medijih.
- H4** Način prehranjevanja dijakinj je po njihovem mnenju zelo povezan s telesnimi ideali, ki se jim želijo približati.
- H5** Telesna aktivnost je večja pri tistih dijakinjah, ki spremljajo telesne ideale v medijih.
- H6** Vsaj polovica dijakinj razmišlja o trajnem posegu v telo – lepotni operaciji.

1.4 Metodologija

Pri raziskovanju sem si pomagala z:

- analizo pisnih virov in posnetkov (metoda raziskovanja)
- metodo spraševanja (anketa – tehnika raziskovanja).

Ker je tema teoretsko zelo široka oz. globalna in se ne nanaša specifično le na določeno območje ali starost posameznice, sem pri prvi metodi, tj. analizi pisnih virov, naslanjala tudi na angleške članke, diplomske naloge in spletne strani, ki so mi pomagali pri bolj poglobljenem razumevanju telesnih idealov v sodobni, postmoderni družbi. Edini negativni vidik, ki sem ga prepoznala pri delu s tujimi viri, je bila neenotna terminologija, saj je poimenovanje različno, četudi ima podobno konotacijo (body image ni enako kot ideal body in beauty ideal, ki pa se ne sme enačiti z body ideal, saj je ta nadpomenka). Da bi dobila bolj razpršene vire, sem upoštevala tudi divergentne vire: spletne in knjižne. Tako sem lahko isti problem preverjala na dva različna načina ter ju med seboj dopolnjevala. Prav tako je bil potreben prevod in upoštevanje tuje terminologije (ki je bila poenotena s slovensko). Ker je malo slovenskih virov na to temo, sem se poslužila tudi videogradiv – videoposnetki, videoreportaže ipd.

Pri raziskovanju sem si pomagala tudi s tehniko, tj. anketo, s katero sem neposredno pridobila mnenje dijakinj GCC o telesnih idealih in njihovem vplivu na njihov vsakdan. V raziskovalni nalogi sem na začetku želela narediti raziskavo tako med dekleti in fanti. Ker je zaradi prevelike razlike v razmerju med moškim in ženskim spolom pri anketirancih težko pridobiti relevantne podatke in s tem tudi končne rezultate, s katerimi bi lahko potrdila svoje hipoteze ter jih tudi posplošila, sem se odločila za anketo (le) med dijakinjami. Anketo sem izvedla v spletni obliki s pomočjo 1ka, saj je delo z njo enostavno in sem lahko pridobila veliko več podatkov, kakor če bi izvedla anketo v fizični obliki.

Anketa je bila aktivna od 21. 1. 2021 do 29. 1. 2021 in je sestavljena iz sklopa petnajstih vprašanj. Večina teh je bila zaprtega tipa, kjer je bila mogoča izbira enega izmed navedenih odgovorov. Ker sem želela pridobiti tudi mnenje dijakinj, sem se odločila dodati tudi vprašanja odprtega tipa, kjer so lahko same pojasnile svojo odločitev. Skupno je bilo anketiranih 181 dijakinj. Da bi zajela željeni vzorec glede na spolno sestavo, sem na začetku ankete dodala vprašanje, da bi, kljub opozorilu kateri skupini anketirancev je anketa namenjena, dobila samo relevantne podatke.

Pri delu z anketo sem opazila nekatere prednosti, pa tudi slabosti.

Prednosti:

- Hitra in za raziskovalca nezahtevna pridobitev večjega števila odgovorov.
- Lažja obdelava večje količine podatkov.
- Da bi dobila konkretne, relevantne rezultate, sem morala vprašanja zastaviti jasno in natančno ter se izogniti dvoumnostim.
- Anonimnost, ki mi je omogočala zastavljanje tudi bolj osebnih vprašanj.

Slabosti:

- Vnaprej podani in določeni odgovori pri zaprtem tipu vprašanj.
- Težja analiza odgovorov pri odprtem tipu vprašanj, zlasti z vidika posplošitve.
- Treba je bilo več razmisleka, kako bom zastavila vprašanje, da bi dobila odgovor na raziskovalno vprašanje.
- Računalniška obdelava rezultatov ne omogoča analize vprašanj z več spremenljivkami.
- Možnost prenehanja izpolnjevanja ankete sredi reševanja, kar pomeni tudi izločitev teh anket iz analize.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Družbena konstrukcija ženskih teles

Telo ni samo biološka danost, opredeljena s primarnimi oz. sekundarnimi spolnimi znaki (poraščenost, konstitucija telesa, razporeditev mišične mase, višina ...), ampak je dojemanje telesa kulturno in družbeno pogojeno. Družbena konstrukcija telesa oz. spolna dihotomija zajema vprašanje družbene percepcije spola (spolne identitete, spolnih vlog, družbene moči, pričakovanega vedenja ...) in se od družbe do družbe razlikuje. Spol tako ni samo biološka entiteta, ampak je odvisen tudi od lastne percepcije (identitete) in pričakovanih družbenih vlog. Pri oblikovanju družbenega spola je to dvoje zelo pomembno, zajema torej tudi posameznikovo lastno samovrednotenje in percepcijo, kako me vidijo drugi. Pri tem pa imajo pomembno vlogo telesni ideali. [1]

Družbena konstrukcija ženskih teles temelji na domnevi, kako bi moralo telo v določeni družbi delovati, izgledati in funkcionirati, da bi opravljalo družbeno sprejemljive vloge. Ta proces se oblikuje v vsaki družbi, kjer so te predstave o obsegu in telesnih oblikah, ki veljajo kot primerne in zaželene, utrjene. V vseh teh predstavah je zato težko določiti tisto merilo standardnega 'popolnega' telesa, ker vsaka kultura in doba konstruirata telo na svoj način, četudi so to telesni ideali, ki so težko dosegljivi.

2.1.1 Pojem telesnega ideala

Po besedah prof. dr. Metke Kuhar je telo definirano na mnoge načine: kot biološka entiteta, estetski objekt, ki ima družbeni pomen (ga oblačimo, tetoviramo, oblikujemo), politični in ekonomski objekt, kjer ga izkoriščamo [1]. Telo ni le biološka danost. Njegova sposobnost je, da ga lahko človek obvladuje in z njim razpolaga (preizkušanje zmogljivosti, vzdržljivosti, poskusi preseganja biološke danosti). Kakšen pa je odnos do samega telesa, pa je odvisno od družbenih vplivov in kulturnega okvira. V vsaki družbi se namreč oblikujejo ideje, kako naj bi telo izgledalo in kaj naj bi počeli z njim – *družbena konstrukcija telesa*. M. Mauss je prvi, ki se je znanstveno ukvarjal s telesom v družbenem kontekstu. V delu *Les techniques du corps* (1935) je opozoril na tehnike, s katerimi ljudje nadzorujemo svoje telo (poudarek na hoji, teku, izločanju ipd.). [1]

Telesni ideali kot del družbene konstrukcije telesa so definirani kot telesni tipi, ki so najprimernejši in najatraktivnejši za osebo, glede na starost, zgradbo, spol in kulturo. Prikazovanje idealov je prisotno danes v filmih, na televiziji, oglasih, še posebej popularno pa je izkoriščanje družabnih medijev za njihovo promocijo, zlasti z objavo slik na javnih profilih ipd. Skoraj nemogoče se jim je izogniti, saj smo vsak dan obdani z njimi na (ne)posreden način, ne glede na to, ali si želimo ali pa ne. [1] [3]

2.2 Zgodovina ženskih telesnih idealov

Ženski telesni ideali so se, kot vse ostale percepcije o človeškem telesu, skozi čas nenehno spreminjali – in so še v procesu oblikovanja. Nekoč so za predstavnice popolnih telesnih oblik veljale Marilyn Monroe, Kate Moss, Twiggy, Audrey Hepburn itd. Danes pa je ponotranjena ideja, da če želi ženska posedovati popolno telo, mora v grobem opisu pokriti sledeči standard: čvrsto telo brez odvečnega grama maščobe.

Telesne ideale so poznale vse civilizacije. V človeški zgodovini so se telesne oblike, ki so veljale za privlačne skozi stoletja precej spreminjale. Čeprav se ti hitro spreminjajo, pa je idealizirana podoba v določenem obdobju/prostoru dokaj enotna in soglasno sprejeta. V skladu s spreminjajočimi se telesni ideali se spreminjajo tudi simptomi dokaj pretiranega prilagajanja za doseganje teh (anoreksija, bulimija). [1]

2.2.1 Kronološka predstavitev telesnih idealov

Pri kronološki predstavitvi telesnih idealov nisem posegla le po že znanih konceptih telesnih idealov iz knjižnega vira [1], kjer so pri nekaterih obdobjih bili določeni opisi telesnih idealov nekoliko 'pomanjkljivi'. Nekatera obdobja telesnih idealov so manjkala ali pa so imela zapisane irelevantne informacije. Oprla sem se na novejšo predstavljene raziskave. Slednje poglavje o kronološki predstavitvi bo temeljilo na knjižnih virih, prispevkih dr. Amelie Serafine (specializirana na področju kulturne zgodovine), ki je članica History Department of San Antonio in že mnogokrat analiziranega videa vodilnega, neodvisnega, medijskega podjetja Buzzfeeda "Ideal Body Types Throughout History".

Če izhajamo iz umetnosti kot indikatorja telesnih idealov in se ozremo na slikarske dosežke, vidimo, kaj je bilo tisto, kar je predstavljalo žensko kot popolno. Z današnjo digitalizacijo pa se lahko osredotočimo še na tiste najmanjše podrobnosti, ki dopolnjujejo posamična obdobja in jih prikazujemo še z digitalnim načinom (telo v 3D-obliki). Pri opisu se se osredotočila zgolj na glavne poudarke vsakega telesnega ideala v posameznem obdobju.

1. PRAZGODOVINA

Ideal ženske postave pogosto označujemo z imenom Venere po rimski boginji ljubezni in lepote. Najstarejši znani primer je figura, izklesana iz apnenca, pred približno 30. 000 pr. n. št. Najdena je bila v avstrijskem Willendorfu, zato nosi tudi ime Willendorfska »Venera«. Arheologi zatrjujejo, da so bili najpomembnejši vidiki starodavnega življenja in družbe ovekovečeni v kamen. [1] [5] [6]



Slika 1:
Willendorfska
Venera

To telo, ki priča o izobilju in plodnosti, naj bi prikazovalo, da so sledeče značilnosti odraz tedanjih telesnih idealov:

- korpulentne prsi,
- poln trebuh,
- večja stegna in zadnjica.

2. STARI VEK

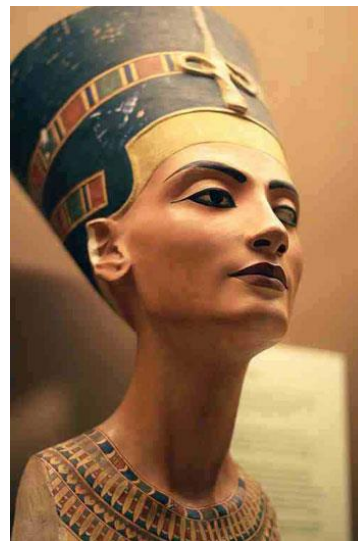
❖ ANTIČNI EGIPT

Doprski kip Tutankamonove matere Nefretete (okoli l. 1360 pr. n. št.) je drugi vir, ki naj bi pričal o zaželenih oblikah v antičnem Egiptu.

Tej egipčanski kraljici so pripisovali status najlepše ženske v starem veku. Kip priča o vitki, elegantni liniji telesa. [1] [5] [6]

Telesne značilnosti, ki so sestavljale tedanji telesni ideal:

- vitko telo,
- ozka ramena,
- visok pas,
- simetričen obraz,
- ozek nos,
- dolgi udje.



Slika 2: Nefretete (doprski kip)



Slika 3: Telo v starem Egiptu
(Buzzfeed dokumentarec)

❖ ANTIČNI/STARI RIM IN GRČIJA



V tem obdobju je bila idealna ženska:

- polnega telesa,
- z okroglim oprsjem,
- ozkimi rameni,
- majhnim pasom,
- širokimi boki in stegni. [1] [5] [6]

Slika 4: 3D-podoba rimskega idealnega telesa



Slika 5: Afrodita (Miloška Venera – okoli l.100 pr. n. št.)

Starodavna Grčija je častila moškega. Razglašali so, da so ženska telesa "iznakažena" različica moških. V tem časovnem obdobju so se moški spoprijeli z veliko višjimi standardi lepote in popolnosti kot ženske, zato je virov o takratnih ženskih telesnih idealih bolj malo. [1] [5] [6]

❖ HAN DINASTIJA (206 pr. n. št.–220 po n. št.)

Na oddaljenem vzhodu so bili telesni ideali naslednji:

- ozek pas,
- majhne noge,
- nižja postava.



Slika 6: Ženska v dinastiji Han

Majhna stopala so en vidik kitajske lepote, ki se nadaljuje že stoletja. V preteklosti so Kitajci favorizirali ženske, ki so prikazovale svojo feminilnost. V času dinastije Han je bila kitajska kultura naklonjena vitkim ženskam z dolgimi črnimi lasmi, belimi zobmi in rdečimi ustnicami.

V zgodovini naj bi bile Kitajke zelo majhne, vitke in drobne. V dinastiji Han so bile majhne noge zelo cenjene. Vezali so stopala, da bi dosegli ta "nežen" videz (od desetega do dvajsetega stoletja našega štetja). Stopala so povijali skozi celotno rast, kar je majhnim deklicam povzročalo nepredstavljive bolečine –

končni rezultat: 10 cm dolgo stopalo. [4] [5] [6]

3. SREDNJI VEK



Slika 7: 3D-predstavitev idealnega telesa v srednjem veku

V srednjem veku je bilo žensko telo pogosto upodobljeno kot razkošno in plodno. Srednjeveško obdobje zaznamuje gotški ideal ženskega telesa z edinstvenimi značilnostmi:

- trebuh jajčaste oblike,
- hruškasta postava,
- prsi, zmanjšane do velikosti ovalnih krogel.

Tudi v poznem srednjem veku in nato v renesansi je korpulentna »reproduktivna« postava predstavljala telesni ideal. [1] [5] [6]



Slika 8: Hugo van der Goes – Padec Adama

4. NOVI VEK IN MODERNA DOBA

❖ ITALIJANSKA RENESANSA

V tej dobi je idealna ženska s:

- polnimi prsi,
- zaobljenim trebuhom,
- polnimi boki,
- okroglim obrazom s pravilnimi potezami.



Slika 9: Tizijan: Danae s pestunjo (1553–1554) Mesnati akt

V času italijanske renesanse je bila dolžnost žene, da odraža status moža tako v vedenju kot v zunanjem videzu. Celotno telo, svetli lasje in svetla koža so bili vsi mišljeni kot vrhunski znaki lepote. [1] [5] [6]

❖ OBDOBJE MED 16. in 17. STOLETJEM



Slika 10: 3D-predstavitev idealnega telesa (Rubens)

Ideal okroglega trebuha se je nadaljeval v 17. stoletju. Baročni umetnik Peter Paul Rubens in njegovi sodobniki so upodabljali bujna telesa. Rubensove ženske imajo razmeroma majhne in čvrste prsi. Veliko oprsje so imele le grde stare ženske in čarovnice.

Rubens je upodabljal mehka, zaobljena in razkošna ženska telesa. Čeprav je izgladil nekatere starostne linije, je poudarjal močnejšo postavo in odebeljene telesne dele; trebuh, noge in roke.

V poznem 17. stoletju so bile ideal večje in bolj okrogle prsi kot v prejšnjih stoletjih. Pas je bil ozek, zadnjica in boki pa zajetni. Prsi in zadnjica so postale in ostale bolj erotične kot pa trebuh. Noge so bile upodobljene precej manj pozorno, ne kot izzivalen ali privlačen del telesa.

V rokokoju pa je postal idealen »osji« pas. To obdobje zaznamujejo silhuate, ki imajo obliko peščene ure. [1] [5] [6]



Slika 11: Rubens: Tri gracije

❖ OBDOBJE INDUSTRIALIZACIJE (19. stoletje)



Slika 12: 3D-predstavitev idealne ženske v času industrializacije

Od žensk v zgodnjem 19. stoletju je moda zahtevala:

- majhen pas,
- zaobljena ramena,
- visoko oprsje,
- zajetnejše telo,
- absurdno majhne roke in noge.

[1] [5] [6]



Slika 13: Jean D. Ingres –Turška kopel

❖ VIKTORIJANSKA ANGLIJA (1837–1901)

V tem obdobju so bile lepe ženske predstavljene s sledečimi značilnostmi:

- močnejša postava,
- polna figura
- ožji pas.

To obdobje je trajalo skozi vladavino kraljice Viktorije, po mnenju mnogih ena najvplivnejših osebnosti tistega časa. [1] [5] [6]

❖ DVAJSETA LETA PREJŠNJEGA STOLETJA



Slika 14: Ženska v dvajsetih letih 20. stoletja

Lepota v dvajsetih letih je imela androgini videz žensk.

V tem časovnem obdobju je imela idealna ženska:

- plosko oprsje,
- zmanjšan pas,
- fantovsko postavo. [1] [5] [6]

❖ OBDOBJE 1930–1950



Slika 15: 3D-predstavitev idealnega telesa (1930–1950)

V tej dobi je idealna ženska opisana z:

- oblinami,
- obliko peščene ure,
- velikimi prsmi,
- ozkim pasom,
- širokimi boki.



Slika 16: Marilyn Monroe

Trend fantovske postave ni trajal dolgo. Ideja o obliki peščene ure se je vrnila. Klasičen primer telesa te idealne ženske je Marilyn Monroe. [1] [5] [6]

❖ ŠESTDESETA LETA PREJŠNJEGA STOLETJA



Slika 17: 3D-predstavitev idealnega telesa v šestdesetih letih 20. stoletja

Ta čas je oboževal specifični ženski videz, ki je sestavljal:

- suho, mladostniško postavo,
- dolge, tanke noge.

Trend poudarjenih prsi se je nadaljeval še v šestdesetih. Z britanskim vdorom v zahodno popkulturo so pripeljali mini krilo, ki je spodbudilo modni trend ozkih bokov in vitkih nog. Tako se je pozornost preusmerila od zgornjega dela k spodnjem delu telesa. V poznih šestdesetih letih se je pozornost popolnoma preusmerila na noge in zadnjico, posledica tega je bila razmah različnih diet. Sredi šestdesetih je s Twiggy na sceno prišla podoba deške postave in trend vitkosti je postal

aktualen. [1] [5] [6]



Slika 18: Twiggy

❖ SEDEMDESETA IN OSEMDESETA LETA PREJŠNJEGA STOLETJA

Pozna sedemdeseta in osemdeseta so zahtevala, da so telesa v popolni formi. Ženske so morale biti vitke, a ne podhranjene. Mišični tonus, zlasti v rokah in nogah, je bil še posebej pomemben, saj je eksplicitno prikazoval podobo energičnega življenjskega sloga "delovne ženske".



Slika 19: 3D-predstavitev idealnega telesa v sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja

Ta doba je častila ženski tip telesa, ki je bil:

- visoka atletska postava,
- postava – vitka, vendar z oblinami,
- mišičaste roke.

To obdobje je s seboj pripeljalo telovadbo in oblikovanje teles s športom na novo raven. Video o vadbah so popolnoma ponoreli na trgu in so spodbujali ženske k njihovem izvajanju. V tej dobi je prišlo tudi do vzpona anoreksije, za katero nekateri strokovnjaki menijo, da jo je povzročila razširjena obsedenost z gibanjem. [1] [5] [6]

❖ DEVETDESETA LETA PREJŠNJEGA STOLETJA



Slika 20: 3D-predstavitev idealnega telesa v devetdesetih letih 20. stoletja

Medtem ko je bil ideal v osemdesetih vitko in čvrsto telo, se v devetdesetih pojavljajo ekstremno suhi modeli (podobni Twiggy iz šestdesetih). V poznih devetdesetih je prišlo do vzpona t. i. »heroinske elegance«. Idealen tip telesa v tem obdobju je bil:

- preklasta, androgina postava,
- dolge vitke noge,
- jasno izražena košččenost,
- definirana čeljust.

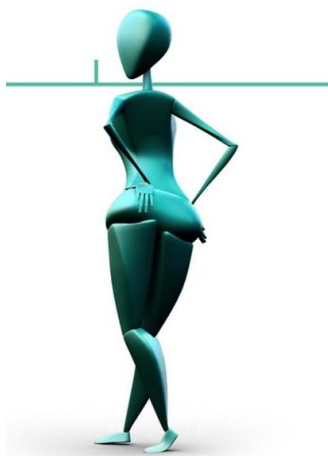
Zaželeno telo tega časovnega obdobja je bila ženska, ki je bila videti vitka, šibka in zapostavljena. Manekenka Kate Moss je bila junakinja tega heroinskega desetletja – blede, umaknjena in suha. [1] [5] [6]

❖ ČAS 21. STOLETJA (2000–danes)

Naši trenutni lepotni standardi za ženske vključujejo:

- raven trebuh,
- `zdrava`, suha postava,
- velike prsi in zadnjica,
- razmik med stegni.

Od žensk se pričakuje, da bodo suhe, vendar ne preveč, z velikimi prsmi in veliko zadnjico, pri tem pa ohranijo raven trebuh. [1] [5] [6]



Slika 21: 3D-predstavitev današnjega idealnega telesa



Slika 22: Kim Kardashian

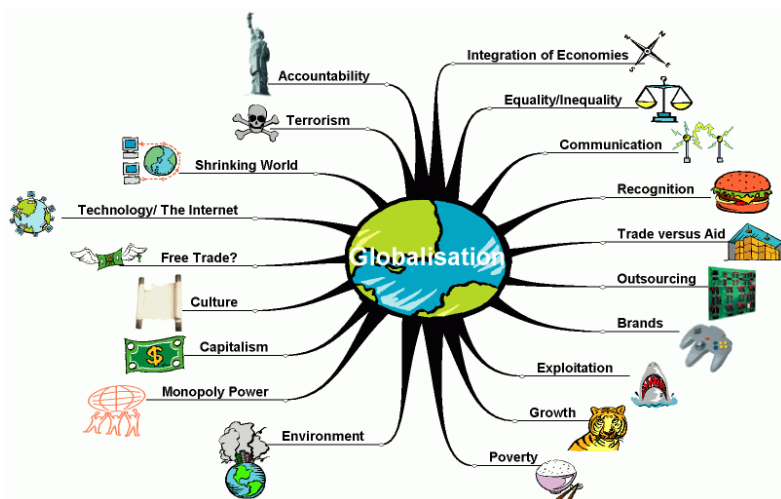
2.3 Razumevanje telesa v postmoderni družbi

V gospodarsko razvitih (post)modernih družbah so moč človeškega dela v večini že nadomestili stroji ali pa fizično delo pri proizvodnji opravljajo ljudje drugod po svetu. Vedno večji je pomen storitvenih in prostočasnih dejavnosti. Telo, ki je produktivno in zmožno velikega fizičnega napora, ni več pomembno. Zdaj je v ospredju *hedonistično telo*, ki je zmožno uživati v prostem času. To pomeni, da bi bil idealni delojemalec nekdo, ki je primerne telesnega videza in je primerno vitek (posameznik »dela na sebi«, da bi dosegel standard popolnosti) ter dobro oblečen – ustvari se še en kriterij, ki je pomemben pri nadaljnjem delovanju v družbi. S postmoderno družbo se je ustvarila močna povezava med potrošništvom, delom in prostim časom, samouresničevanjem in uživanjem v dobrinah. Sodobni kapitalizem deluje na principu potrošnje, tj. da trošimo čim več dobrin, obenem pa smo tudi delovni in imamo neko stalno zaposlitev. Tako se je posledično pojavila obsedenost s telesom, njegovim videzom, obsegom in obliko, prehranjevanjem, kondicijo ... Na vse te našteje primere pravzaprav vpliva potrošniška kultura (vključno s farmacevtsko, kozmetično industrijo in drugimi storitvami, kot so fitnes, estetska kirurgija ipd.) Predstavljanje in izboljševanje telesa je torej povezano s potrošnjo dobrin in storitev, ki jih ponuja k dobičku usmerjeno kapitalistično gospodarstvo. [2]

2.3.1 Postmoderna (sodobna) kapitalistična in potrošniška družba

Preden preidem na razlago, kaj je to postmoderna družba, je najprej potrebno definirati moderno družbo. Slednja se nanaša na evropsko družbo med 1650 in 1950, postmoderna pa označuje obdobje od (približno) 1950 dalje. Po mnenju postmodernistov se postmoderna družba razlikuje po tem, da ima posameznik veliko svobode pri gradnji svoje kulture in identitete z naraščanjem globalizacije ter tehnologije. Za čas moderne družbe je značilno, da je bila gospodarska proizvodnja industrijska in kapitalistična, družbeni razredi, ki temeljijo na socialnem in ekonomskem položaju, pa glavna oblika družbene delitve. Zaznamuje jo tudi začetek urbanizacije, ki je bila ključni proces modernosti, in rast mest (še posebej v 18. in 19. stoletju) ter močna centralna vlada in uprava. Znanje je izhajalo iz znanstvenega in racionalnega

mišljenja, vraževerje pa je pričelo izginjati. To je povzročilo, da se je razširila vera v znanstveno utemeljen napredek. [29] [30]



Slika 23: Prikaz globalizacijskega procesa

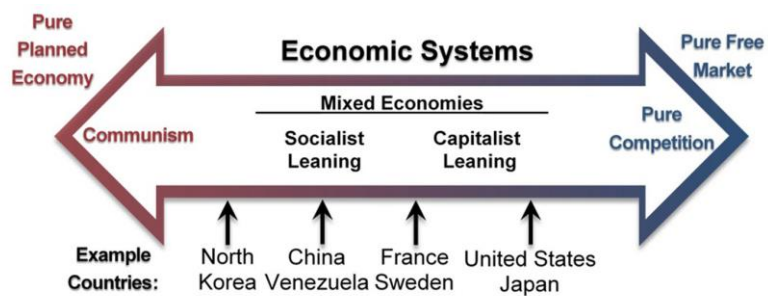
Postmodernizem se sklicuje na nove načine razmišljanja. Za obdobje je značilna globalizacija, mediji, hitre družbene spremembe, potrošniška družba, kjer svobodni posameznik izbira svoj življenjski slog, kulturna raznolikost in hibridnost. Za globalizacijo je značilna vse večja povezanost družb po svetu, kjer se tokovi informacij, denarja, idej in ljudi pomikajo čez državne meje. Na principu tega pa se povečuje pomen množičnih medijev; zaradi hitrega razvoja tehnologije so digitalni mediji porastli, zlasti internet. Posamezniki vse več uporabljajo medije, vedno večje število ljudi ustvarja in javno objavlja lastno glasbo, videoposnetke ipd. Mediji, kot jih poznamo danes, ustvarjajo hiperrealnost. Za postmoderno družbo je hitrost sprememb neprimerljiva s tisto v času pred 1950. Je bolj dinamična. Ni več reka »služba za celo življenje«, temveč predstavlja novo dobo, kjer bo delavec v svojem življenju vsaj nekajkrat zamenjal svojo kariero. Življenje je manj stabilno kot nekoč. [29] [30]

Na področju popkulture se morajo zvezdniki in umetniki hitro ter učinkovito prilagajati. Tistim, ki ne uspe, so le *over-night* senzacije, ki pa so na žalost, ker jim ni uspelo doseči nivoja tekmovalnosti v glasbeni ali modni industriji, izrinjeni in pozabljeni. Slaba plat učinkovitega in hitrejšega dela, nenehnega gibanja ter nove dinamičnosti je ta, da ljudje izgubljajo možnost, da za sabo pustijo korenine v lokalnih skupnosti.

Postmoderno družbo zaznamujeta nedvomno potrošništvo in kapitalizem. Naša družba je potrošniško usmerjena. To pomeni le, da sta uživanje v dobrinah in prostočasnih dejavnosti pomembnejši od dela. Posamezniki imajo danes svobodno voljo, da izbirajo svoj lastni življenjski slog in življenjsko pot. Posameznika tudi več ne oblikujejo razred, spol ali narodnost, ker niti družba ni več razdeljena po teh faktorjih. [29] Poraba blaga in storitev je temeljito vpeta v naša življenja in sama po sebi je izbira, saj ko so naše osnovne potrebe izpolnjene, poraba v njenem simbolnem pomenu ni več potrebna. Obstajajo številna pojasnila za rast raznolike potrošniške kulture in s tem nepotrebne simbolične potrošnje, s katero se danes ukvarja večina ljudi – Joel Stillerman (2015) je navedel pet razlag, na katerih temeljijo nedavne spremembe v porabi izdelkov/produktov/storitev od druge svetovne vojne dalje. Prva razlaga se nanaša na kulturo iz 60. let, ki je imela sloves protipotrošniškega gibanja. Govorila je o neskladnosti, zavračanju standardizirane množične potrošnje. Zanimivo pa je dejstvo, da je z zavrnitvijo standardne potrošnje pravzaprav pričela pridobivati dobiček pri ustanavljanju lastnih prodajalnih mest. Druga razlaga pravi, da je povečanje potrošnje povezano s pojavom »novega srednjega razreda« kot posledice tehnoloških inovacij in družbenih sprememb, ki pa so vodila k povečanju števila prebivalcev. Mike Fearherstone omenja »kulturne posrednike«, ki večinoma delajo v zabavni industriji in osebni negi. Ti so sprejeli tako imenovano »etiko samoizražanja s potrošnjo«, kjer skrbijo za lasten izgled in telo z namenom, da bi pridobili na socialnem in ekonomskem kapitalu. Te vrednote so se postopoma filtrirale do ostalega prebivalstva, kar je povzročilo, da se vse več ljudi ukvarja s potrošnjo, da bi izboljšalo sebe in svoj družbeni položaj – dokaz za to so različni tečaji fitnesa, spretnosti (npr. kulinarika, bonsaji ipd.) ter plastična kirurgija. Tretji razlog se nanaša na individualizacijo, ki sta jo razložila Zygmunt Bauman in Ulrich Beck. Po njunem mnenju je čas po 2. svetovni vojni omogočil dostop do visokošolskega izobraževanja in socialnih ugodnosti. Danes so posamezniki svobodni pri odločanju in osmišljanju svojega življenja, vendar ne morejo biti prepričani, da se pravilno odločajo. Posamezniki so prisiljeni k refleksiji, preučevanju lastnega življenja in določanju lastne identitete. V tem okviru je potrošnja koristno sredstvo za oblikovanje življenja, ki posamezniku daje pomen. [29] [30]

Četrty razlog je, da so spremembe privedle do večjega specializiranja izdelkov in vizualno privlačnejših nakupovalnih okolij, kar je vplivalo na učinkovitost prodaje izdelkov, saj so ti bili navidezno privlačnejši. Zadnji, peti razlog, pa je vloga subkultur

v sodobni družbi, kjer posamezniki uživajo, da bi označili svojo identiteto kot del skupine, kar lahko vključuje precej visoko raven potrošnje, tudi če se te skupine zdijo precej deviantne. [30]



Slika 24: Delovanje ekonomskega sistema s primeri

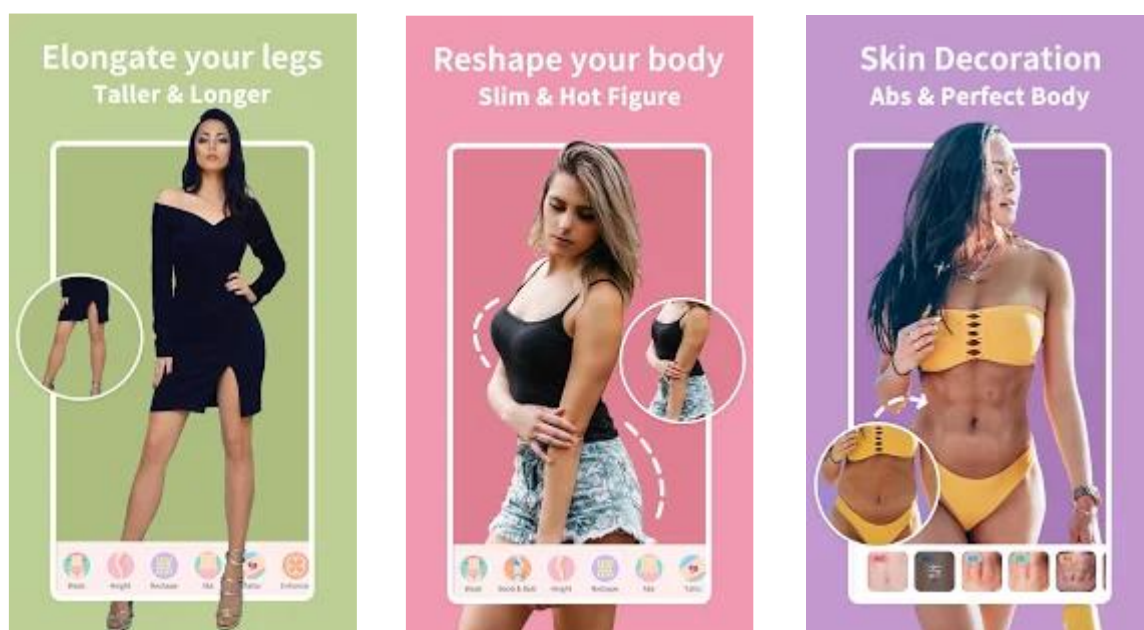
2.3.2 Vpliv množičnih medijev

Razvoj množičnih medijev je prinesel s seboj mnogo sprememb. Ti poskušajo ugajati, vabijo nas k branju in kupovanju. V zahodni kulturi je skoraj nemogoče, da ne bi bili bombardirani s sporočili o telesnih idealih. Življenja brez množičnih medijev si ne znamo predstavljati. Kot ugotavljajo mnogi raziskovalci, lahko čas predvsem od osemdesetih let 20. stoletja naprej upoštevamo kot *čas množičnih medijev*.

Ne zavedamo se v resnici, kako veliko vlogo imajo mediji, ki nimajo le informacijske vloge, ampak služijo tudi večjemu namenu – kot ideološki aparat. Informacije, nasveti, usmeritve, predlogi ... prihajajo preko medijev, zlasti reklamnih oglasov neposredno k ženskam. S strukturo programa, s sporočenimi vsebinami, z načinom prikazovanja »dejanskosti« (so)oblikujejo naše vrednote in ponujajo stereotipe in klišeje, ki vplivajo na naša stališča. So del kulture današnjega sveta. Postavljajo okvir, kaj je prav in dobro, kaj pa družbeno neugledno in nekoristno. Z iskanjem potencialnega trga so ustvarjalci javnih reklam prepoznali v ženski tržno nišo. Sledilo je izdajanje posebnih revij, ki naj bi pokrivalo vse tematike v zvezi z življenjem nežnega spola. Lutharjeva je rekla, da imajo mediji eno izmed najpomembnejših vlog pri konstrukciji ženskosti v zahodni družbi (Luthar, 1999). Mediji izrabljajo tako imenovani fenomen ustvarjanja potrebe in posledično potrošnje, s tem pa vplivajo na identiteto posameznice. Take in drugačne manipulacije se zatem ponotranjijo, kar vpliva na sprejemanje lastnega telesa. Publika nežnejšega spola je še posebej dovzetna za medije, ki so `znani`, svetujejo ter narekujejo trenutne trende – tu gre za načelo izkoriščanja želja žensk, ki so bile vzgojene v duhu, da ugajajo in se zato ne morejo premakniti iz tega `začaranega kroga`. Pri laični psihologiji si vsak izmed nas prvi vtis ustavi na podlagi človekovega videza, naj si bo to pri izbiri partnerja, pri zaposlovanju itd. Mediji pa so le to stopnjo ocenjevanja postavili stopničko višje in povečali prevlado vizualnosti okoli nas. Film, fotografija in televizija temeljijo na širjenju vidnih podob, prodaje in pomenih, ki jih sporočajo (Coward 1989). [1]

Danes uporabljamo računalniške programe, aplikacije in nekateri si lahko privoščijo celo profesionalno ekipo fotografov, ličil – in naše telo ne bo le izgledalo kot ideal, ampak bo popolno. Obstajajo tudi aplikacije, ki nam ponujajo spremembo našega telesa brez telovadbe ali diete.

»Perfect Me – retuširanje in urejanje obraza – se zdi izjemen urejevalnik fotografij, saj je brezplačna aplikacija za urejanje obraza in telesa. Uporabnikom pomaga pri preoblikovanju telesnih oblin, z njim se z lahkoto ustvari vitko telo, popolna postava, vitek pas, dolge noge, raven trebuh in tetovaža.« (Perfect Me - Body Retouch&Face Editor&Selfie Tune, Google Play).



Slika 25: Primer aplikacije za retuširanje telesa

To je en primer izmed mnogih na seznamu aplikacij, ki lahko podobo popolnoma spremenijo. Najpopularnejše so PhotoWonder Pro Beauty Editor (100 milijonov uporabnikov), Plastic Surgery Simulator ali FaceBody Photo editor (10 milijonov uporabnikov). [9] Ugotovila sem tudi, kako nekatera podjetja manipulirajo z besedami in prepričujejo ljudi, da nadaljujejo z uporabo njihove aplikacije.

To sem opazila na uradni spletni strani PHLEARN, kjer piše: »Spreminjanje proporcij telesa modela je zelo kontroverzna tema...« In že takoj v novi povedi je sledilo: »V današnji epizodi vam prikazujemo nekaj tehnik, kako pridobiti odlično preoblikovano telo, brez da bi ob tem pretiravali.« [8]

Mnogi mislijo, da čudovite, velikokrat močno preoblikovane fotografije ljudi, ki jih vidimo na socialnih omrežjih, naredijo posameznike manj samozavestne in povzročijo nelagodje pri sprejemanju lastnega telesa. Prevladujoči mediji so prezentirali skozi leta

nerealistične standarde v obliki retuširanih zvezdnikov ali izjemno suhih modelov. Zdaj pa so vplivneži tisti, ki na naših notifikacijah polnijo svoje fotografije, zato si je enostavno predstavljati, da so tudi socialna omrežja slaba za nas. [8]

Instagram fitnes osebnost, Becky Lomas, meni, da so aplikacije za preoblikovanje telesa postale 'nekaj navadnega' v svetu socialnih omrežij. Danes naj bi to že postala norma. »Težko je povedati, če je oseba res takšna, kakršna je na slikah,« je povedala Becky (Melbourne, ima nekje okoli 215 000 Instagram sledilcev). Grace Jennings-Edquist iz ABC life je za raziskavo kontaktirala številne fitnes vplivneže, da bi ugotovila, če kdo izmed njih uporablja aplikacije za retuširanje fotografij. Kayaa Itsines (10 milijonov sledilcev) in Chontel Duncan (570 000 sledilcev) nista želeli sodelovati, Stephanie Smith in Laura Henshaw (182 000 sledilcev) pa sta razložili, da včasih uporabljata podobne aplikacije, da 'uredita' fotografije, čeprav se zavedata, kako narobe je to. [7]

Oglasi in članki nas dandanes prepričujejo, da lahko svoje telo modeliramo in oblikujemo po lastni volji (več o tem v poglavju *Odgovor na telesne ideale v postmoderni družbi*). Mnoge si želijo isto – biti podobne ženskam v oglasih, ženskam, ki v današnjem času veljajo za ideal. Mediji so razlog, zakaj se toliko žensk odloča, da gredo na dieto, pod nož v kirurško ordinacijo, v telovadnico, kjer bi vadile ure in ure. Tomori (1990) je v Psihologiji telesa trdila, da mediji z neprikrito motivacijo komercialnosti agresivno usmerjajo življenjska merila in vrednostni sistem družbe ter posameznika. [3] »Zlasti filmi, televizija, družbene platforme, oglasi dajejo gospodovalno navzočnost v naših življenjih in ob tem oblikujejo naš pogled na privlačnost. Ponujajo se kot transparentni zapisi resničnosti, vendar so prav medijske definicije telesnih idealov najožje. V preteklosti so bile umetniške podobe romantično predstavljene kot nedosegljive, sodobni mediji pa zamegljujejo meje med poveljano fikcijo in realnostjo.« [1]

Kar pa bi bilo dobro izpostaviti, pa je nesorazmerje med medijsko podobo in resničnostjo. Mediji so res tisti, ki prikazujejo vse vitkejše telesne ideale, vendar se po povprečna teža ljudi zvišuje. Razkorak med povprečno žensko postavo in postavami, ki jih prikazujejo mediji, se je skozi 20. stoletje vse bolj povečeval. To neskladje nosi negativne posledice za ženske, še posebej, če mediji povezujejo ozko definirane in pretirano poudarjene (določene) attribute s privlačnim/zdravim/uspešnim življenjem. To

vodi do primerjanja in zaznavanja 'smrtnic' kot manj privlačnih in vrednih. »Raziskava Murraya in njegovih sodelavcev iz 1996 je pokazala, da 95 % žensk sprejema ideale, ki jih prikazuje televizija in da ob tem 92 % žensk občuti določeno stopnjo pritiska ter se želi približati temu idealu.« [1]

Razvoj množičnih medijev je v dvajsetem stoletju zagotovo prispeval svoj delež pri poenotenju telesnih standardov med ljudmi iz različnih družbenih razredov in geografskih okolij. Nekateri raziskovalci menijo, da lahko medijske podobe telesnih idealov dejansko vplivajo na sprejemanje lastnega telesa, zlasti če gre za povečevanja vitkega telesa. To naj bi prispevalo k povečevanju nezadovoljstva s telesnim videzom. [1] Vendar bi bilo precej nerazumno, če bi lahko kar tako trdili, da so mediji *edini*, ki vplivajo na telesno samopodobo. Obstajajo še bolj kompleksni razlogi, ki se ne dotikajo le zunanjega okolja, ampak tudi našega notranjega (biološki, osebnostni, socialni in kognitivni dejavniki). Vseeno pa lahko dokažemo, da tudi mediji lahko *pripomorejo* k spremembam v telesni samopodobi. Podrobneje bom ta vidik predstavila v poglavju *Odgovor na telesne ideale v postmoderni družbi*.

Veliko sem se opirala na knjižni vir V imenu lepote, kjer je dr. Kuhar iz mnogih virov črpala konkretne raziskave, ena izmed teh raziskav je bila izvedena na otoku Fidži v južnopacifiški provinci Nadroga. Četudi ni najnovejša (1995), potrjuje, kako vplivajo mediji na samovrednotenje lastnega telesa. Prebivalci Fidžija so dobili 1995 dostop do televizijskega kanala, ki predvaja izbor programov iz ZDA, Velike Britanije in Avstralije (priljubljene oddaje so bile Xena: Warrior Princess in Beverly Hills 90210). Po uvedbi televizije je kmalu v njihovi kulturi prišlo do visokega porasta motenj hranjenja med mladimi ženskami. Pred tem je bilo le malo govora o kalorijah, hujšanju in dietah. Telo je bilo prej videno kot uspeh in skrb skupnosti. Šele po uvedbi televizije je prišlo do konflikta med potrebo skupnosti po koheziji in podpori posameznikom ter individualno željo po vitkosti [1].

Nadaljnje raziskave na Zahodu so pokazale, da mediji vplivajo na idealiziranje vitkosti in na telesno samopodobo medijskih uporabnikov. Myers in Biocca sta leta 1992 dokazala, da lahko tudi s 30-minutnim televizijskim programom spremenimo zaznavo o lastni postavi. Prišla sta do zaključka, da je telesna samopodoba prilagodljiva in da lahko opazovanje idealov nanjo odločilno vpliva. M. Kuhar (2004: 98) pravi:

Ženske, ki so ogledovale slike zelo vitkih modelov iz revij, so neposredno po ogledovanju kazale znake depresivnosti, sramu, nezadovoljstva s telesom (Stice idr., 1994). [1]

Slike na panojih, družabnih omrežjih, televiziji ipd. pri ženskah povzročajo močne emocionalne odzive, nezadovoljstvo in spreminjanje želja. Telesni videz medijskih oseb je vzor mnogim ženskam (in moškim) pod štiridesetim letom. S starostjo postajajo telesni ideali v medijih vse manj pomembni, saj se posamezniki usmerijo v družino in prijatelje, torej je medijska primerjava vse manj pomembna. Ljudje se primerjajo s tistimi, s katerimi so se podobni oz. se lahko na neki ravni poistovetijo. Mlajši zato izbirajo medijske idole, ker so v njihovem starostnem razponu. Zaradi tega je tudi prikazovanje enostranskih medijskih podob (in zanemarjanje naravnih, stvarnih podob, ki predstavljajo širši spekter telesnih oblik) za mlade lahko posebej škodljivo. Ti se potrebujejo naučiti prepoznavati medijske pritiske in biti bolj kritičnih do njih. [1]

Obstaja veliko načinov, kako lahko mediji vplivajo na nas. Eden izmed njih so tudi socialni mediji. Pomembno je najprej definirati, kaj vse si ogledujemo na teh omrežjih, kjer drugi objavljajo, retuširajo ali nalagajo sebkke, koga spremljamo in koga ne, in če so tisti, ki jih spremljamo, vplivneži in zvezdniki. »Ljudje ves čas primerjajo svoj izgled s slikami na Instagramu ali katerokoli drugi platformi in se velikokrat kritizirajo, da so telesno `na slabšem`,« je izjavila Jasmine Fardouly, podoktorska raziskovalka na Macquarie Univerzi v Sydneyju. V anketi, ki je obsegala 227 študentk prej imenovane univerze, so anketiranke povedale, da se med brskanjem po Facebooku primerjajo z vrstniki in zvezdniki in ne z družinskimi člani. Največjo povezavo z nizko telesno samopodobo je imela skupina, ki se je primerjala z vrstniki oz. daljnimi znanci. Pri opazovanju zvezdnikov so se počutile slabo glede svojega telesa, vendar je primerjava s poznanimi osebami imela večji vpliv na telesno samopodobo. [9]

Allure, kot svetovno poznana revija, pa se je odločila narediti intervju o telesni samopodobi z dekleti med 6. in 18. letom.

»Največja negotovost, s katero se moji prijatelji spopadajo, je sigurno ta, kako izgleda njihovo telo. `Predebela sem, previsoka sem ...`« (Savanah, 17)

»Nosim črne legice, ker mislim, da me potem naredijo majhno, bolj suho. Čeprav mi mama ves čas govori, da sem suha. Ampak to starši govorijo, ker me imajo radi. Vseeno si želim po najboljših močeh nekako ... Spadati v družbo.« (Izzi, 10)

»Ena punca, ki jo poznam je objavila to, pač da ljudje, ki ne izgledajo dobro v kopalkah, ne bi smeli hoditi v javnosti z njimi. In to je ustvarilo veliko stvar na šoli in njene besede so ranile občutke mojih prijateljic ...« (Chloe, 16)

»V osmem razredu nisem zares trpela za prehranjevalno motnjo, ampak je res, da sem se velikokrat posluževala različnih diet.«

»Je že kar precej ljudi, ki oglašuje veliko rit in velike prsi ter ozek pas.« (Emily, 18)

»Po pravici povedano, včasih se res ne počutim... Prijetno v lastni koži. In tisti dan, ko mi je neprijetno, se sploh ne pogledam v ogledalo.« (Mia, 11) [10]

Rezultati posamičnega intervjuja z vsakim dekletom, različne rase in izgleda, so pokazali, da so izbrana dekleta ne le zaskrbljena o izgledu, ampak da današnji mediji resnično vplivajo na to, kako dekleta vidijo svoje telo in kaj vse delajo, da bi se `vključile v družbo` ter dosegale `kriterije popolnega telesa`. Dekleta pod 10. letom (5 deklet) so pokazala boljšo samopodobo, starejše pa so kazale znake nelagodja v lastnem telesu. Čeprav je bil vzorec vprašanih izjemno majhen in se z njim ne da generalizirati problema, vseeno potrjuje prisotnost pojava. Za potrditev povezanosti sem zato poiskala še eno raziskavo. [10]

Raziskovalne študije so pokazale, da dekleta izkazujejo večje zavračanje telesa kot fantje in da želijo manjšo težo. Metaanaliza petindvajset različnih študij je pokazala, da se ženskam ob izpostavljenosti medijem (natančneje slikam telesnih idealov suhih modelov) telesna samopodoba zniža veliko bolj kot pa pri tistih posameznicah, ki so bile izpostavljene slikam normalno `velikih` modelov. Učinek teh medijskih fotografij je večji pri dekletih pod 19. letom starosti. [19]

»V obdobju 2013–17 je ameriško civilno neinstitucionalno prebivalstvo, staro 15 let in več, v povprečju gledalo TV 2 uri 46 minut na dan. To je znašalo več kot polovico (55,2 odstotka) celotnega časa dnevno, ki so ga namenili prostemu času. Kot je opredeljeno v ATUS, izraz "gledanje televizije" opredeljeno kot gledanje televizije, videoposnetkov ali filmov v živo, na DVD-jih ... ne vključuje pa časa, porabljenega za ogled filmov v kinu.« [24]

Množični mediji zagotavljajo odločujoč kontekst, s katerim se lahko ljudje seznani s telesnimi ideali in vrednostjo privlačnosti. Številne korelacijske in eksperimentalne študije so povezale izpostavljenost takim ali drugačnim telesnim idealom v množičnih medijih z nezadovoljstvom telesa, ponotranjenjem ideala in spreminjanjem načina prehranjevanja pri ženskah. 69 % ameriških osnovnošolk, ki berejo revije, je povedalo, da slike vplivajo na njihov koncept idealne oblike telesa. Od teh je 47 % takih, ki bi rade shujšale. [16]

Tiggemann je proučeval dožemanje lastnega telesa pri dekletih, starih 16 let. Po njegovem mnenju mediji ustvarjajo velik pritisk na izgled. Čeprav so dekleta izrazila željo po vitkosti, pa vseeno ni vedno nujno, da so mediji edini, ki ustvarijo slabo samopodobo, zagotovo pa vplivajo na razmišljanje in tudi spreminjanje določenih vidikov življenja. [19]

2.3.3 Konstrukcija telesa v postmoderni (potrošniški) družbi

V postprodukcijski družbi prihaja do sprememb v organizaciji in tehnologiji dela, vse večji pomen pa imajo storitvene in prostočasne dejavnosti. Vzpon množičnih medijev in oglaševanja je razširil potrošniško kulturo. Komercialna potrošnja je tista, ki šteje kot eden izmed glavnih dejavnikov izražanja sodobne identitete, ker daje velik poudarek zunanjemu videzu. Zanimanje za telo je predvsem tržno in potrošniško usmerjeno. Vizualna potrošnja je pričela dobivati obliko, ko je telo postalo sredstvo samoizražanja, vtis, ki ga daje okolici in obenem razpeto med disciplino in hedonizmom. Za zadnjo trditev je tako, da vsakdanja skrb za telo v sodobnem potrošništvu ravno vodi k povečanju užitka. Ne bi bilo čudno, če bi nekdo rekel, da z vitkim in postavnim telesom pravzaprav prikazujemo našo uspešnost. Na podlagi Brumbergove analize (1997) med 1830 in 1990 je bilo pri ameriških dekletih pred 1. svetovno vojno izboljšanje osebnosti povezano z moralnostjo, vero v Boga ... kasneje pa s preštevanjem kalorij, ličenjem. Turner je tako pozneje pojasnil, da je obremenjenost s telesom v bogatih zahodnih družbah (20. stoletja) neizogibna, ker je telo »postalo tržno blago z menjalno vrednostjo.«

Potrošniški kapitalizem potrebuje posameznike s celo vrsto potrebami in željami. Telesna podoba je zaradi svoje vidnosti primerno izhodišče za primerjanje. Kje drugje lahko enostavno postaviš kriterije »popolnosti« in čakaš, da bodo ljudje zapravljali denar za njihovo doseganje? Ustvariti je treba le lep oglas, dodati lepo igralko, obrniti nekaj besed tu in tam in ustvariti produkt, ki je nastal na željo potrošnikov. V kapitalistični družbi so telesa oboževana, vendar ne vsa – pod žarometi so vitka in lepa telesa belcev. Z globalizacijo zahodnih podob (še posebej pod vplivom ZDA) se vse več žensk sooča z občutkom manjvrednosti. Nobeno presenečenje zato niso članki, v

katerih razlagajo operacijske posege Korejk. Večina jih pravi, da Azijke iščejo tisto »dvojno veko«, kot jo imajo v zahodni kulturi, medtem ko drugi menijo drugače. [7]

Ker je za popolno telo potrebno trdo garanje, je potrošniška kultura zagotovila, da bodo ljudje negotovi glede svojega videza, kar še posebej velja za ženske. To preračunljivo izkoriščanje namreč povzroči obremenjenost s telesom. Je popolna industrija, ki pri nas ustvarja oz. ohranja problem – podjetja ne bi ravno imeli kaj dobička, če bi ljudje enkrat za vselej dosegli fizično privlačnost. Zanimivo je, ko na televiziji najprej gledamo reklamo za slastno novost v McDonaldsu, takoj za tem pa se oglašujejo aerobni pripomočki in tablete za shujšanje. Celotne proces poteka v protislovju, vendar je izjemno učinkovit. [1]

Večja obremenjenost žensk z videzom pa je zagotovo posledica oglaševanja v medijih, kjer idealizirajo žensko telo, s katerimi želijo oglaševalci prodati izdelke. Taki ženski zato ostali prepisujejo vse: premoženje, srečen zakon, občudovanje. Povprečna Američanka je visoka 162 cm in tehta 77 kg. Za primerjavo je povprečen model visok 177 in tehta le 48 kg. Večina modelov modne steze je velikosti 0. Plus modeli pa začnejo pri velikosti 6, čeprav imajo ženske v ZDA povprečje 12–14 velikosti. To zelo zmede mlada dekleta in ženske, ki imajo težave s telesno podobo. Leta 2014 je Victoria's Secret začela kampanjo "Popolno telo", v njej je sodelovalo veliko vitkih modelov. Ker so prejeli mnogo negativnih komentarjev, so spremenili slogan v "Telo za vsako telo oz. Body for Every Body". Za marsikoga še vedno ni bilo dovolj dobro, ker je oglas prikazoval samo en tip postave, ki pa še zdaleč ne ustreza povprečni ženski postavi v ZDA. [31]

Ni presenetljivo, da se pojavljajo kampanje, kjer poskušajo preusmeriti pogled stran od idealnih teles ter povzdigniti »naravno« telo. Ko oglaševalci ženske nagovarjajo, naj imajo rada svoja telesa in sprejmejo "notranjo lepoto", prejemajo te tudi številna sporočila o alternativnih dietah, telesni pripravljenosti in dobrem počutju.

2.4 Odgovor na telesne ideale v postmoderni družbi

Raven trebuh, čvrsta zadnjica, noge in roke ter polne prsi so ideali, ki se jih trudi doseči veliko žensk, četudi so možnosti za doseg takšne postave minimalne. »Naravni potencial za raven trebuh, deške boke, vitka in čvrsta stegna ter polno oprsje ime le 1 % žensk.« [1]. Kaj pomeni telesni ideal v postmoderni družbi? Kako ga vidimo?

Telo je postalo izjemno pomembno merilo uspešnosti v današnji družbi. Ženske ga morajo negovati in nadzorovati. Jasno je razvidno, da je v postmoderni družbi postalo pomembno, ne le kako in koliko delaš, temveč tudi, kako na samem delovnem mestu izgledaš. Internet poplavlja mnogi članki s šokantnimi naslovnici, eden izmed je članek Cosmetic Town (2018) Learn Why Job Competition Is Creating A Plastic Surgery Demand In South Korea (prevod: zakaj tekmovanje za službo povzroča porast števila lepotnih operacij?)

»Že leta 1993 so stevardese družbe United Airlines poročale, da sprejemajo skrajne ukrepe, kot so post in odvajala, da bi ohranile vitko postavo in kar je najpomembnejše ... svoje delo. Takrat so člani posadke, ki so tehtali 11 kilogramov več nad dovoljeno masno omejitev (zastavljeno po kriterijih podjetja), prejeli 10 dni neplačanega, začasnega dopusta.« [7]

Četudi se veliko govori o telesnih idealih, to še ne pomeni, da jih vse ženske sprejemajo. Veliko je takih, ki so v resnici izjemno kritične do ozkega obsega telesnih oblik, še posebej tistih, ki jih predstavljajo mediji. Kritične so do medijev in modne industrije, ki z neuresničljivimi telesni ideali povzročajo negotovost glede lastnega videza. [1]

2.4.1 Aktivistične skupine

Feministična sociologija se že od osemdesetih let prejšnjega stoletja ukvarja z ženskim odnosom do telesa in z ženskimi lepotnimi problemi. Feministke so opozorile na poudarjanje ženskega telesa v zahodni kulturi. Veliko feminističnih avtoric (Sandra Bartky, Naomi Wolf ipd.) prepoznava žensko kot žrtve družbe, ki nadzira ženske prek njihovih teles. Ker naj bi bila ženska utelešenje lepote, porablja mnogo žensk ogromno energije in sredstev v brezupni borbi za popolno telo. [20]

Pomembne analize ženskega odnosa do telesa so prispevali tako tradicionalni deli feministične teorije – liberalni, radikalni in socialističen deminizem, kakor tudi novejša »veja« feminističnih pojmovanj. Odločila sem se, da se osredotočim predvsem na dve gibanji, ki sta se oblikovali kot odgovor na ženske ideale (v nadaljevanju bom uporabljala angleška izraza za oba) – *body positivity* in *fat acceptance* gibanje. Na Instagramu vse bolj opažam #bodypositivity pod fotografijami žensk, ki se upirajo ženskemu idealom. To nam pove, da obstajajo skupine v medijih, ki se borijo za ozaveščanje o škodljivosti koncepta telesnih idealov.

Body positivity temelji na *fat acceptance* gibanju, ki se je pojavilo času poznih šestdesetih letih. *Fat acceptance* gibanje se osredotoča na odpravo kulture sramotenja močnejše postave in diskriminacije ljudi glede na njihovo velikost ter telesno težo. National Association to Advance Fat Acceptance je bil prvič ustanovljen leta 1969 in si še naprej prizadeva spremeniti način, kako ljudje govorijo in razmišljajo o teži, ki je posledica vseh sprememb v postmoderni družbi. Izraz "body positivity" se je pojavil leta 1996, ko je psihoterapevt, ki je preboleval za prehransko motnjo, ustanovil spletno stran thebodypositive.org. Spletno mesto ponuja vire in izobraževalna gradiva, namenjena ljudem, da se počutijo dobro v svojem telesu, tako da se ne osredotočajo več na izgubo teže z nezdravo prehrano in prekomerno vadbo. [20]

Gibanje se je v sedanji obliki pojavilo nekje okoli leta 2012, kjer se je sprva osredotočalo na izzivanje nerealnih ženskih lepotnih standardov. Ko je gibanje postajalo vse priljubljenejše, se je prvotni poudarek na sprejemanju teže začel premikati k sporočilu, da so "vsa telesa lepa." S širjenjem ideje se je pričelo pojavljati vprašanje, kako definirati *body positivity*. Naslednje trditve naj bi povzele bistvo:

1. Cenimo svoje telo kljub napakam.
2. Občutek samozavesti glede svojega telesa.
3. Ljubiti sebe.
4. Sprejemanje oblike in velikosti telesa.
5. Uživanje v telesu, brez da bi skrbeli na spremembe, ki vplivajo nanj (življenjski slog, staranje itd.)

Instagram je imel ključno vlogo pri vzponu gibanja *body positivity*. V zadnjih letih si številne revije in podjetja prizadevajo, da bi bile bolj pozitivne v svojih publikacijah in trženjskih prizadevanjih. Nekatera podjetja, vključno z Dove in Aerie, so razvila marketinške kampanje, ki vključujejo sporočila o sprejemanju telesa. Eden izmed glavnih ciljev je, da se posameznik, ki se spopada z neprijetnimi občutki manjvrednosti

in nepopolnosti, otrese tega razmišljanja in poskuša pozitivno sprejemati svoje telo. Raziskave namreč kažejo, da je močno razširjeno prepričanje, da so lepota, uspeh in samozavest določene s suhostjo. [20]

Gibanje se sooča tudi z nekaterimi kritikami:

- Sugerira, da lahko ljudje naredijo karkoli in se bodo počutili dobro v svojem telesu (ponovni krog nezdravih navad pod pretvezo body positive).
- Ne vključuje vseh (invalidne, LGBTQ ...).
- Pogosto so slike teles v body positive sporočilih portretirane kot nek specifičen lepotni ideal (nekateri se ne počutijo vključene v to skupino).
- Prepriča posameznika, da je telo edini element pri lastni percepciji (zanemarija druge elemente posameznikove identitete).

Eno izmed bolj kontroverznih gibanj je fat acceptance gibanje. Je družbeno gibanje, ki si želi spremeniti pristranskost v družbenih odnosih, tako da ozavešča širšo javnost o ovirah, nepravilnostih, s katerimi se srečujejo močnejši ljudje. Usmerjeno je v spremembo odnosa do teles, ki so drugačna od družbene norme suhega, vitkega telesa. [33]



Slika 27: 'I am thinking of myself - Växjö' (2005)



Slika 26: Tess Holiday – vidna predstavnica Fat Acceptance gibanja

Gibanje je bilo kritizirano z več vidikov. V glavnem je prišlo do spora glede splošnega zdravja močnejših posameznikov. Zdravstveni delavci so zagovornikom očitali ignoriranje zdravstvenih težav, za katere so številne študije pokazale, da so povezane z debelostjo. Sprejemanje maščob je bilo kritično vrednoteno tudi z moralne perspektive, gibanje pa je bilo kritizirano, ker ni v stiku z mainstreamom. [33]

Vse bolj, ko proučujemo internet, opazamo, koliko različnih diskusij o telesu se ustvarja na platformah. Žensko telo je izpostavljeno bolj kot kadarkoli prej. Ideali razširjajo svoj vpliv tudi na samo področje diskriminacije o telesnih velikosti in imajo psihološki učinek, da pričnemo podzavestno ali zavestno spreminjati svoje navade.

2.4.2 Prehranjevalne motnje in motnje hranjenja

Motnje hranjenja moramo razlikovati od motenj prehranjevanja, ki veljajo za nekakšno njihovo predstopnjo, hkrati pa ni nujno, da se v njih tudi razvijejo. To je podobno kot pri bolezenskih odvisnostih. Če nekdo kadi travo, ni nujno, da bo pričel uživati tudi heroin. Večina tistih pa, ki uživajo heroin, so pred tem kadili travo. Med motnje prehranjevanja sodijo neustrezne prehranjevalne navade, kot na primer: neredno hranjenje, pogosta nihanja telesne teže zaradi različnih diet, uživanje le določene vrste hrane (neuravnotežena prehrana) in podobno. Motnje prehranjevanja niso nujno znak določene duševne motnje.

Drugo motnjo, motnjo hranjenja, kot bolezensko entiteto obravnavamo šele zadnjih 50 let, čeprav so bili že pred tem znani številni opisi bolezni, ki bi jih danes uvrstili med MH. Zanimivo je, da je že Seneca zapisal: »Jé, da bi bruhal, in bruha, da bi jedel.« Znani so še številni drugi primeri iz bližnje in daljne zgodovine, različnih opisov vedenj, stanj in ritualov, ki bi jih danes lahko uvrstili med MH. [1]

Želja po vitkosti, nadzoru nad telesom vodi k prehranjevalnim motnjam ali vsaj delno vpliva na to – in tako ustvarja še več novih zdravstvenih problemov, ki pa lahko vodijo v motnje hranjenja. Zavedati se moramo, da telo ni ustvarjeno in usmerjeno k vitkosti – ravno nasprotno. Za nas je pomembno kopičenje rezervnih zalog – maščobe. Anoreksija in bulimija (več o tem pozneje) sta neko vrste *kulturno nasilje* nad človeškim telesom.

Prehranjevalna motnja je resno stanje, ki je povezana s prehranjevalnim obnašanjem, ki negativno vpliva na zdravje, emocije in zmanjšuje sposobnost normalnega delovanja. Veliko prehranjevalnih motenj, ki se pojavijo pri posamezniku, se preveč osredotoča na težo, vrsto zaužite hrane, kar lahko na daljši rok vpliva na pomanjkanje določenih hranil. Čeprav beseda »prehranjevalna« sestavlja ime motnje, gre tukaj več kot le za težave s hrano. To so kompleksna zdravstvena stanja, ki velikokrat potrebujejo

profesionalno intervencijo od medicinskih in psiholoških ekspertov. Samo v ZDA ima oz. je imelo 20 milijonov žensk in 10 milijonov moških prehranjevalno motnjo. Čeprav lahko te motnje vplivajo na vse starosti, je bilo potrjeno, da so največkrat prijavljeni primeri pri adolescentih in mladih ženskah. Kar 13 % (in več) mladih je imelo vsaj eno prehranjevalno motnjo do 20. leta. V Sloveniji je stanje podobno tem raziskavam.

Slaba samopodoba, velika obremenjenost s telesno težo in visoko nezadovoljstvo s telesom predstavljajo močne dejavnike tveganja za razvoj motenj hranjenja. Vse mednarodne raziskave »Health Behaviour in School-Aged Children« (HBSC) ali slovenska »Z zdravjem povezano vedenje v šolskem obdobju« (od leta 2002 do 2014) kažejo zelo visoko obremenjenost s telesno težo oziroma zelo visoko stopnjo nezadovoljstva s telesom pri mladostnikih. Po mednarodni raziskavi ECB iz 2010 naj bi pri nas živelo 5951 oseb z motnjami hranjenja, kar je predstavlja 0,3 % slovenske populacije. Ocene o splošni razširjenosti prehranjevalnih motenj je težko določiti, saj na pojav vplivajo številni dejavniki. V obdobju od 2005 do 2013 je bilo v Sloveniji zaradi anoreksije in bulimije ter neopredeljenih motenj hranjenja 1109 bolnišničnih zdravljenj pri osebah, starih od 7 do 49 let, 71 % zaradi anoreksije in 29 % zaradi bulimije. 90 % bolnišnično zdravljenih so predstavljale ženske. Zdravljeni v bolnišnicah so bili v 43 % stari od 15 do 19 let, 23 % pa jih je moralo v bolnišnico že med 10. in 14. letom, predvsem zaradi anoreksije nervoze. 91 % vseh bolnišničnih zdravljenj je bilo v opazovanem obdobju pri osebah, starih od 10 do 29 let.

Kaj je tisto, kar sproži prehranjevalno motnjo in motnjo hranjenja, je težko razložiti in predstaviti le en dejavnik. Genetika, osebnostne značilnosti, potencialni povzročitelj je lahko tudi družbeni pritisk, kulturna preferenca vitkosti in izpostavljenost medijem, ki promovirajo take ideale (kar je bilo potrjeno tudi s strani National Alliance on Mental Illness) [14]

Živimo v medijsko nasičenem svetu. Ne obstaja točno določen faktor ali vzrok/dejavnik, ki bi povzročal nezadovoljstvo s telesom ali pripomogel k nestabilnem (nezdravem načinu) prehranjevanja. Vendar pa so raziskave vse bolj jasne, da mediji resnično prispevajo in da izpostavljenost medijem ter njihov pritisk povečujeta nezadovoljstvo do lastnega telesa. [16] [17]

V študiji (objavljeni 2004, opomba: istega leta je Mark Zuckerberg – izvršilni direktor – Facebook, Inc. - iz svoje harvardske študentske sobe ustanovil Facebook) so

raziskovalci ugotovili, da so mediji imeli pomembno vlogo pri razvoju motenj prehranjevanja. Našli so "ogromno količino dokazov, ki dokazujejo, da mediji podpirajo vitkost in izgubo teže ter poudarjajo pomen lepote in videza." Raziskovalci so dodali, da ti dokazi podpirajo njihov zaključek, da "izpostavljenost medijskim slikam vitkih žensk in zaznani pritiski medijev, da morajo posedovati točno določen telesni ideal, negativno vplivajo na podobo ženskega telesa in čustveno počutje, spremembo v prehranjevalnih vzorcih ter nihanju čustvenega počutja žensk, kar je še posebej razvidno v zahodni kulturi." [17]

Leta 2004 je raziskovalna skupina medicinske fakultete v Pittsburghu analizirala 1765 odraslih Američanov (med 19. in 32. letom). Testirani so morali odgovoriti na vrsto vprašanj, v katerih so opisali lastno uporabo družabnih omrežij. Ugotovitve so pokazale, da so osebe, ki so bile izpostavljene družabnim medijem, imele 2,2-krat večje tveganje za razvoj prehranjevalnih motenj. Poleg tega so tisti, ki so najpogosteje tedensko preverjali lastno družabno omrežje (profil), imeli 2,6-krat večje tveganje. [18]

Nezadovoljstvo s telesom in nezdrave prehranjevalne navade so zlasti problemi v adolescenci. Veliko mladih žensk verjame, da spada v kategorijo pretežkih, zato posledično želijo zmanjšati težo. Študija je pokazala, da 44 % adolescentnih deklet verjame, da je predebelih in da 60 % aktivno poskuša izgubiti težo, čeprav ima večina povsem običajno težo. Nekaj študij je pokazalo povezanost lepotnih, modnih revij z večjo stopnjo prehranjevalnih motenj pri dekletih. Field je ugotovil, da se dekleta želijo približati podobam dekletom na televiziji in filmih. Tiste (stare med 9 in 14 let), ki so poskušale imeti enako telo kot medijske osebe, so imele večjo možnost za razvoj teh motenj. [1]

Da se ne bi osredotočala le na območje Amerike, sem tudi poiskala raziskavo, ki je merila indikatorje prehranjevalnih motenj pri 'medijsko manj izpostavljenih' dekletih na Fidžiju, kjer so jim predstavili zahodno televizijo. Z večjo gledanostjo TV se je vidno povečalo zanimanje za izgubo teže. Da bi se izognili tem vplivom, moramo sami postati bolj medijsko izobraženi ter se naučiti, kako pravilno in bolj kritično oceniti vsebine reklam in programov. Tak način razmišljanja se je že uveljavil v Kanadi, kjer je medijsko izobraževanje vključeno v šolski kurikulum. [19]

Kulturno sprejet normativ suhosti je danes bolj kot ne že povsod prisoten, nekateri posamezniki pa razvijejo prehranjevalno motnjo (neredno hranjenje, pogosta nihanja

telesne teže zaradi različnih diet, uživanje le določene vrste hrane in podobno). Lahko pa se iz motnje prehranjevanja zaradi različnih faktorjev razvije motnja hranjenja. Najbolj poznane so definitivno anoreksija nervoza, bulimija nervoza in kompulzivno prenajedanje. Prisotne pa so tudi manj poznane, kot sta npr. bigoreksija in ortoreksija. [15]

Pogoste motnje hranjenja so opisane tako:

- a) Anoreksija nervoza – za osebe je značilna namerno povzročena prenizka telesna teža, preobremenjenost z obliko svojega telesa in telesno težo ter strah pred debelostjo.
- b) Bulimija nervoza – prisotna je preobremenjenost s telesno težo in obliko svojega telesa, prisoten je bolesten strah pred debelostjo in občutek pomanjkljivega nadzora nad lastnim hranjenjem. Za motnjo so značilni napadi volčje lakote, ko osebe zaužijejo ogromne količine hrane, temu pa sledijo ukrepi za preprečevanje pridobivanja telesne teže (bruhanje, uporaba odvajal, sredstev za izločanje vode, pretirana telesna aktivnost ...).
- c) Kompulzivno prenajedanje – značilno prekomerno prenajedanje, ki lahko vodi tudi do telesne slabosti. Oseba se prenajeda čez cel dan ali v ekscesnih epizodah.

2.4.3 NADZOR NAD TELESOM ali TELO KOT PROJEKT

Vsiljevanje telesnih idealov ustvarja pri mnogih potrebo, da svojo lastno podobo spremenijo ali jo izboljšajo. To izkoriščajo farmacevtska, prostočasna in živilska industrija, ki ponujajo nizkokalorične izdelke, umetna sledila in mnoge druge dietne izdelke. Tu ne gre le za proizvodnjo, ki direktno spodbuja sledenje idealom, ampak obstaja tudi manipulacija, ki jih živilska in medijska industrija skupaj dosežeta pri potrošniku (primer reklam za čokolado). Vse našteje industrije ter še mnoge druge se hranijo z nezadovoljstvom in tesnobo, ki jo povzroča nedosegljiva želja po popolnem, oblikovanemu telesu. Obstaja pa še druga, dražja rešitev do naših frustracij in tegob – kirurški posegi. Moderne družbe zelo cenijo zunanji videz; zanje je še bolj značilno, da telesa in fizičnega telesa ne dojemajo koz nečesa, kar je treba sprejeti tako, kot je, ampak ga je potrebno nenehno spreminjati/oblikovati. Nekateri se odločijo za poseg, ker se želijo polepšati z lepotnimi ideali in pričakovanji. Želijo si videti veliko mlajši, s čim manj maščobnega tkiva, z večjimi boki itd.

Ker narašča stremljenje k popolnosti, se je pojavil tesen odnos med telesom in identiteto, telo se tako obravnava kot projekt. Telo je postalo predmet urejanja, ki se v svetu, v katerem je medsebojna skrb podcenjena, imenuje »skrb za telo«. Pojem *telo kot projekt* je prvi uporabil Giddens (1991). Shilling (1993) kot primer telesnih projektov navaja diete, bodybuilding, zdravje in plastično operacijo – ob tem pa moramo upoštevati njihovo odvisnost od spola, etičnosti in družbenega razreda. Vendar najpogostejši sodobni telesni projekti so diete, vadba in plastična kirurgija. Vsi ti pojmi imajo lahko tako pozitivne in negativne vidike. Lahko se zmerno prehranjujemo in vključujemo vadbo (kar prispeva k zdravju, vitalnosti, samospoštovanju, pozitivni samopodobi), vendar se problem pojavi, ko telo postane nedokončan projekt. Vedno bo še nekaj, kar se bo še dalo popraviti. Zdrav nadzor se lahko spreobrne v pomanjkljivo prehrano, pretirane diete, motnje hranjenja, prekomerno vadbo. [1]

2.4.3.1 Telesne prakse

V tem delu se bom osredotočila na nekaj najbolj pogostih telesnih projektov, ki se pojavljajo tudi pri mlajših, in so danes kar precej izpostavljene – diete in telesna vadba.

Dieta ima s zgodovinsko-kulturnega konteksta mnogo pomenov. Povezana je s slavnimi primeri posta, ki so bili del religioznih dejavnosti povezani s telesom. Danes pa se je prestavilo na način, da je postala tehnika za preoblikovanje telesa. Opredelimo jo lahko kot prevladujoč način govora o hrani, posebej v odnosu do koristi za zdravje in prizadevanja po željeni postavi. To pa vpliva na samo izkustvo prehranjevanja. Sedaj, v primerjavi s stoletji pred tem, je hrane zadosti (in celo preveč v nekaterih državah, primer ZDA), vendar je tudi toliko ljudi na Zahodu na dieti, da bi shujšali.

Dieto bi razumeli kot zavestno in načrtno vnašanje števila kalorij, da bi tako zmanjšali telesno težo oz. shujšali. Velikokrat gre za izogibanje mastni hrani, hrani s preveliko ogljikovih hidratov, preskakovanje obrokov, zmanjševanje porcij oz. preštevanje kalorij za vsak obrok. Predvsem ženske so prevzele to besedo v svoje življenje in ga postavile v svoj življenjski stil. Veliko zdravih, odraslih žensk namreč nenehno nadzoruje dnevni vnos kalorij. Seveda ne pomeni, da so diete nekaj slabega/negativnega. Za tiste, ki imajo resnične zdravstvene probleme zaradi prekomerne teže, je dober začetek, da si »opomorejo« in pričnejo z bolj zdravim načinom življenja. A veliko več ljudi je na dieti, kot bi bilo potrebno iz zdravstvenih razlogov. V ZDA redko najdemo žensko, ki ni poskusila vsaj ene diete. Izpostaviti tudi moramo, da ženske ne zaužijejo toliko hrane, kot si v resnici želijo. Hujšanje je postalo esenca sodobne ženskosti. [1]

Dietno vedenje lahko pomeni tudi le psihično stanje: posameznik lahko o diete le premišljuje in prešteva kalorije. Ker se diete neredko povezuje s stradanjem in drugimi izkušnjami, nekateri uporabijo izgovor, da le pazijo, kaj jedo. Pogoste so kratkoročne diete, ki trajajo manj kot dva ali tri tedne in se ponavljajo vsaj nekajkrat na leto. Največkrat so ob tem procesu prisotni tudi pripomočki za izgubo teže in nizkokalorični nadomestki za obroke. Telo namreč v občuti čas diete kot obdobje stradanja, zato upočasni stopnjo metabolizma, da bi čim bolj učinkovito uporabilo zaužite kalorije. Po dieti pa kopiči dodatno maščobo kot rezervo za morebitno ponovitev »pomanjkanja« oz. čas diete. Izgubljena teža se tako nazaj vrne – z drugo besedo imenujmo tak cikel ponavljanja kar »jo-jo dieta«. Diete imajo lahko tudi posledice na samopodobi. S spremljanjem reklam, ki pravijo, da je potrebna le volja za izgubo teže, se počutimo

ničvredno, ko tega cilja ne dosežemo. V resnici pa je neuspeh potrošnikov in ponovno uživanje dietnih izdelkov v interesu proizvajalcev – res je, da je postmoderna družba s kapitalizmom prinesla mnoge koristi, vendar moramo tudi priznati, da je tudi kar precej pomankljivosti. Vitki ideal in oddaljevanje ljudi od njega ustvarjata idealni pogoj za razcvet dietne industrije. Za primer bom vzela znan (vendar neuspešen) izdelek, ki ga je promovirala Kim Kardashian 2018 - Flat Tummy Co., lizike za zatiranje apetita. Na spletni strani podjetja je pisalo, da so lizike bile zasnovane tako, da jih jemljemo tedaj, ko občutimo hrepenenje po hrani. Vendar obstaja izjava o omejitvi odgovornosti, ki pa je javno razglasila, da Uprava za hrano in zdravila te besed in zdravstvenih prednosti izdelka, ni potrdila. ASA je dejala, da zdravstvene trditve oglasa niso bile odobrene s predpisi EU. [25] Kupovanje takih pripomočkov nekakšna »igra na srečo«.

Pri ljudeh, ki prekršijo dieto, se pojavi občutek krivde. Oseba normalne teže, ki hujša, da bi bila videti vitka, postane občutljiva za nastanek emocionalnih, vedenjskih motenj. Na določitev pa vse bolj vplivajo pogosti dietni trendi in skrb za zdravje. Kar bi bilo dobro, če se ne bi pomen o ohranjanju zdravega načina življenja sprevrgel v obsedenost. Novejši trendi se odklanjajo od hitre hrane in se usmerja v hrano, ki vsebuje malo maščob in sladkorja, ter spodbuja čim več sadja, zelenjave, polnozrnatega kruha ... A obremenjenost s telesom obstaja naprej. Oglasi za hrano vsebujejo veliko protislovnih sporočil, v kateri se prepletajo teme kontrole omejevanja in uživanja. Nekateri prikazujejo ženske kot pripravljavke hrane, ki pa uživajo v njej v določeni meri. Pogosto so prikazani tudi posnetki, ko se ženska bojuje s hrano (uživanje čokolade, torte ipd.). Svoboden in brezskrben odnos do hrane je dandanes le še preteklost. [1] Celo na družbenih platformah, kot je YouTube, se več ne moremo znebiti posnetkov, s preko milijon ogledov, ki prikazujejo vplivneže med pripravo »popolnega obroka« oz. diete, ki se jo poslužujejo. S tem privabljajo mnogo slabo izobraženih ljudi in jih zavajajo s tem, da je dieta nekaj, kar je čisto normalnega in sprejetega.

Tipi diet, ki so danes izjemno popularni, naj bi predstavljali rastlinsko usmerjena dieta, mediteranska dieta, dieta z malo ogljikovi hidrati, prekinitveni post, ketodieta ... [26]

Odkar je debelost v Ameriki glavni zdravstveni problem, prihaja in odhaja nešteto programov hujšanja in modnih diet. Danes je ena izmed najpriljubljenejših in splošno sprejetih metod za izboljšanje splošnega zdravja in hujšanje je uživanje več **rastlinske hrane**. Od leta 2017 je približno 80 odstotkov ameriških potrošnikov poskušalo vključiti

več sadja in zelenjave v svojo prehrano, velika večina pa jih kot glavne razloge za to navaja koristi za zdravje in uravnavanje telesne teže. [27]

U.S. Census data in Simmons National Consumer Survey (NHCS) je s statistiko za leto 2020 predstavila glavne razloge, zakaj se Američani poslužujejo diet. Po tej statistiki je leta 2020 100,2 milijonov Američanov spremljalo prehrano, da bi shujšali. Na drugem mestu je bil razlog raven holesterola (60,19 milijonov) in na tretjem mestu raven krvnega sladkorja (57,8 milijonov). [27]

Telesna vadba je že v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja v ZDA postala glavni simbol zdravja, individualne uspešnosti ter produktivnosti. V devetdesetih letih se debelost prične povezovati s pomanjkanjem volje, lenobo, kar se je bolj nanašalo na izogibanje k telesni aktivnosti. Novi moto je postal »biti v formi«. Današnje telovadce lahko spodbujajo predvsem te štiri osnovne motivacije: želja po večji fizični privlačnosti (oblikovanje postave), izboljšanje fizične kompetentnosti, izboljšanje razpoloženja in obvladovanje stresa, srečevanje in druženje. Obstaja dva obsežna sklopa motivacijskih stanj. Nekateri uporabljajo vadbo za vzdrževanje teže in videza (zunanja motivacija), drugi pa se je poslužujejo zaradi zdravja in čilosti (notranja motivacija). Ta dva sklopa pa se lahko med seboj tudi pokrivata: močnejša oseba poskuša izgubiti težo, kar jim tudi pomaga pri splošnem zdravju. [1]

Na svoje pametne telefone lahko namestimo različno število aplikacij za štetje kalorij in telovadbo. Najpopularnejša aplikacija v ZDA leta 2017 je bila Fitbit. [27]

V statistiki MindBody iz 2019 so pri 17 tisoč anketirank zgotovili, da je najpomembnejši razlog za fizično aktivnost izguba telesne teže (35 %), na petem mestu (28 %) pa je želja po boljšem izgledu. [28]



Slika 28: Aplikacija Fitbit

2.4.3.2 Kirurški posegi v telo

Kozmetična kirurgija pomeni večje posege v telo. Še nedavno je bila kozmetična operacija dostopna zgolj bogatim ljudem in zvezdnikom, dandanes pa je že dostopna skoraj vsem. Da bi potrdila to trditev, sem raziskovala po različnih spletnih straneh kirurških centrov. Kot primer navajam cenik Estetike Fabjan.

Tabela 1: Cenik plastičnih operacij v eni izmed slovenskih kirurških centrov (Estetika Fabjan)

ESTETIKA	PRIBLIŽNA CENA
Bodylift	od 5500 €
Abdominoplastika - Korekcija odvečne kože na trebuhu	od 3500 €
Povečanje prsi	od 3600 €
Korekcija prsi z vsadki	od 3800 €
Dvig prsi z vsadki	od 3900 €
Zmanjšanje prsi	od 3500 €
Liposukcija	od 2000 €
Oblikovanje zadnjice - Buttlift	od 2000 €
Lipoliza	od 1500 €
Korekcija nadlahti - Brahioplastika	od 2000 €
Korekcija stegen - Femoroplastika	od 2000 €
Korekcija ušes	od 1500 €
Zgornja blefaroplastika	od 1500 €
Spodnja blefaroplastika	od 2000 €
Korekcija nosu	od 3500 €
Ginekomastija	od 2000 €
Lifting obraza	od 4500 €

Cene so seveda še vedno visoke, vendar danes ne predstavljajo večjih ovir. Večina operacij se izvaja na ženskah, izključno iz estetskih razlogov. Iz statistike The American Society of Plastic Surgeons se je operacije 2019 udeležilo 92 % žensk, od tega je bilo 14,9 milijonov operacij. Najpopularnejše kozmetične operacije so bile: povečanje prsi, liposukcija, operacija vek in facelift. Povečanje dojk je pravzaprav ena izmed najpriljubljenejših kozmetičnih operacij in je bila že od 2006. Kozmetična operacija, ki je v porasti, je povečava zadnjice (ang. Buttock augmentation) in labioplastika. [32]

Kozmetična industrija je poleg dietne industrije velik posel in je eno najhitreje rastočih področij v lepotnem sistemu. Kozmetične operacije povečujejo človekovo lepoto. Za izboljšanje videza telesa lahko uporabimo plastične operacije. Vendar niso vse plastične operacije kozmetične. Trebušna plastika (rekonstruira videz želodca),

rekonstrukcija prsi, rekonstrukcija zadnjice, rekonstrukcija nosu, rekonstrukcija vek so nekateri primeri kozmetične operacije.

Po podatkih The American Society of Plastic Surgeons (ASPS) je bilo leta 2018 opravljenih skoraj četrto milijono več kozmetičnih postopkov kot leta 2017 (čeprav so gibanja proti sledenju telesnim idealom aktivna od 2012). Število ljudi, ki se odločajo za kozmetične postopke, se je v zadnjih petih letih izjemno povečalo. [22] Kateri pa so poleg cenovne dostopnosti razlogi za naraščajoč fenomen?

1. Preživljanje časa pred zaslonom in na družbenih omrežjih.

"Pred desetimi leti, kaj šele pred 25 leti, bi se le redko videli na slikah," je dejal Schimpf. »Mogoče rojstni dan ali poroka, običajno kakšen poseben dogodek. Zdaj z mobilnimi napravami in platformami dobesedno vidimo na stotine, če ne na tisoče, fotografij sebe, ki dokumentirajo stvari, ki nam niso všeč glede našega videza, pa tudi proces staranja. " V članku Healthline-a so izpostavili besede Dennisa Schimpfa (ustanovitelj plastične kirurgije Sweetgrass v Charlestonu v Južni Karolini), ki meni, da so mobilni telefoni, selfiji in platforme socialnih medijev močno spodbudili željo po plastičnih kirurgiji. [22]

2. Večja tolerantnost do operacij

S pojavom socialnih medijev pa se je skrivanje prenehalo in ljudje danes celo objavljajo ter delijo svoje izkušnje s operacij in svoje »popravljen« dele telesa. Pojavljajo se tudi pacienti, ki pridejo v ordinacijo in prosijo, da bi bil na Instagram FEED-u. [22]

3. Tehnološki napredek.

4. Zdravstvene koristi.

Čeprav je ta del lahko kontroverzen, obstajajo okoliščine, ki po besedah Matarassa, kjer kozmetični tretmaji celo *koristijo* zdravju. Dokazano je, da botoks na primer pomaga pri boleznih, kot so kronične migrene, prekomerno potenje, Bellovi paralizi in morda celo večji depresiji. Ženske, ki se odločijo za zmanjšanje dojk, si pogosto olajšajo težave z diski ali hrbtom. Plastična kirurgija ljudem, ki so prestali obdobje hujšanja, omogoča, da odvržejo odvečno kožo, ki lahko povzroči hude izpuščaje in okužbe. Sama operacija in nekateri kozmetični tretmaji pa lahko delujejo tudi pozitivno na naše psihično počutje. [22]

5. Večja samozavest.

Po RealSelf/Harris Poll anketi iz 2019 najpomembnejši razlog pri odločitvi za kozmetično operacijo predstavlja »izboljšanje lastne samopodobe/samozavesti in



Slika 29: Primer kozmetične operacije (Kim Kardashian)

dobro počutje«.

Druga raziskava, ki sta jo izvedla Adrian Furnhama (DPhil DSc) in James Levitas, je bila narejena na vzorcu 204 Britancev; izpolnili so vprašalnik, ki je preveril njihov odnos do lepote kirurgije, zadovoljstvo z življenjem, samooceno fizične privlačnosti, religioznosti in preživljanje časa z mediji. Iz factorske analize njihovega odnosa do kirurgije sta izšla dva dejavnika: verjetnost opravljanja operacije in koristi od opravljene lepote kirurgije. Ženske, ki so več spremljale TV in imajo nizko samopodobo in zadovoljstvo z življenjem ter samooceno privlačnosti ter niso religiozne, so bolj podvržene lepotni operaciji. [23]

2.4.3.2.1 Snapchat dismorfija

Snapchat dismorfija ali Snapchat Dysmorphia (ang.) – Veliko časopisov je že leta 2018 izrazilo skrb za negativne posledice socialnih omrežij, kot sta Snapchat in Instagram. Zaskrbljujoče število plastičnih kirurgov je delilo svoje izkušnje, ko so se soočili z nemogočimi prošnjami pacientov. Zdravniki so tako namreč dobili prošnje, ki so sumljivo zvenele kot opisi retuširanih fotografij na socialnih omrežjih, nekateri pa so celo v roke dobili retuširane (filtered ang.) fotografije strank, ki so prosile za poseg. [12]

"Pojavil se je nov pojav, imenovan" snapchat dismorfija ", [...] kjer bolniki iščejo operacijo, da bi izgledali kot filtrirane/retuširane različice sebe. (Dr. Neelam Vashi) [13]

Zdravniki so s popularizacijo tovrstnih plastičnih operacij pri najstniki ustvarili nov sindrom »snapchat dismorfijo«. Najstniki so danes bombardirani s slikami plastičnih operacij, ki obljublajo popolna telesa. Leta 2017 je skoraj 230.000 najstnikov imelo plastično operacijo. Otroci, stari vsaj 13 let, so lahko prav tako stranke teh posegov. Ampak za vsako uspešno operacijo, sledi tudi nočna mora. Operacije imajo lahko posledice, saj lahko povzročijo infekcije in druge komplikacije. [11]

Po besedah institucije American Psychiatric Association in Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders je telesna dismorična motnja klasificirana v obsesivnem-kompulzivnem spektru. Tisti, ki trpijo za telesno dismorijsko motnjo (BDD), so preokupirani vsaj z eno neobstoječim primanjkljajem v zunanji podobi. Trenutno, eden izmed 50 Američanov trpi za BDD. [12] Čeprav so vzroki za nastanek BDD še neznani, znanstveniki mislijo, da poleg genetike in nevrobioloških problemov (procesiranje serotina) ter ogromno okoljskih dejavnikov (življenjske izkušnje, personalne značilnosti), vplivajo tudi, kot je razbrati iz raziskavi Boston Medical Center (BMC) v Massachusettsu, selfiji (sebki). V članku so avtorji izpostavili, da se popularnost socialnih medijev vse bolj povečuje, prav tako uporaba in dostopnost do filtrov in aplikacij (npr. Snapchat, Facetune), ki imajo ogromne psihološke efekte. Razširjenost takih filtriranih slik lahko vpliva na samopodobo, naredi nekoga manj popolnega, ker ne izgleda točno tako v realnem svetu, in je lahko deluje kot sprožilo ali pa celo vodi k BDD. [12]

Rajanala in sodelavci citirajo raziskave, ki kažejo, da so najstnice, ki manipulirajo s svojimi fotografijami, bolj zaskrbljene glede lastne podobe. Tudi najstnice s potrjeno

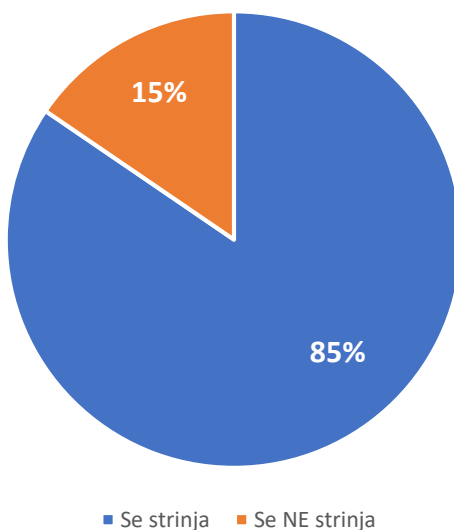
motnjo BDD se v iskanju estetske potrditve obračajo na družbena omrežja (potrditev o vplivu medijev na določene aspekte v razmišljanju o izgledu telesa). [12]

Raziskava, na katero so se sklicevali raziskovalci, je pokazala, da se je leta 2017 55 % plastičnih kirurgov ukvarjalo z ljudmi, ki so želeli "izboljšati svoj videz na sebkah (selfijih)". Pred 3 leti je bil ta delež 42 %.

Dr. Neelam Vashi, direktor Ethnic Skin Center v BMC pravi: „Filtrirani sebkah lahko povzročijo, da ljudje izgubijo stik z resničnostjo, kar ustvarja pričakovanje, da naj bi morali izgledati popolno in urejeno ves čas." [13]

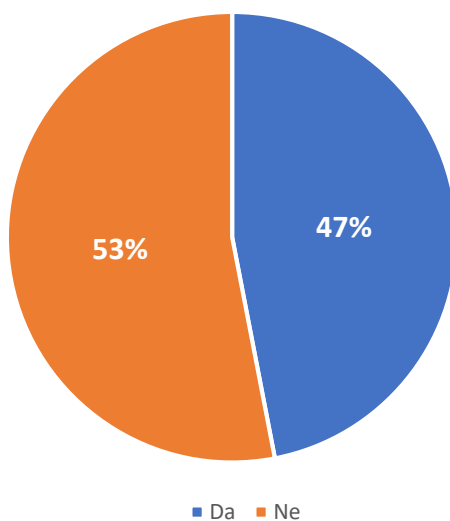
3 PRAKTIČNI DEL

3.1 INTERPRETACIJA REZULTATOV



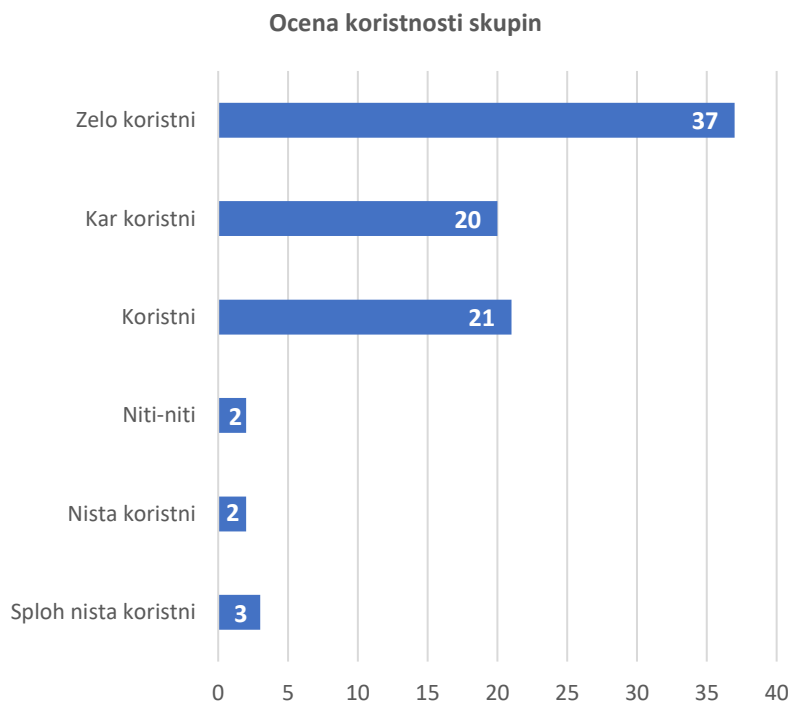
Graf 1: Delež odgovorov dijakinj (v %) na trditev: Telesni ideali, ki so prikazani v medijih, so mnogokrat obdelane in spremenjene fotografije deklet

85 % dijakinj (153) se strinja s trditvijo, da so telesni ideali, ki so prikazani v medijih, mnogokrat obdelane in spremenjene fotografije deklet.



Graf 2: Delež odgovorov dijakinj (v %) na vprašanje, ali so že slišale za aktivistični skupini, ki telesne ideale žensk v medijih zavračata (body positive movement, fat acceptance movement)

Več kot polovica dijakinj (53 %) še ni slišala za aktivistični skupini, ki telesne ideale žensk v medijih zavračata.



Graf 3: Delež odgovorov dijakinj (št. pritrdilnih odgovorov) na vprašanje, kako koristni se jim zdita aktivistični skupini

Vendar pa je skupina dijakinj, ki pozna aktivistični skupini (85), povedala, da se jim zdita koristni (78), ostale (7) pa, da se jim ne zdita koristni.

Glede na potrditvene odgovore sem zbrala tudi obrazložitve, zakaj se jim zdita aktivistični skupini koristni:

»Mislim, da spodbujanje sprejemanja prekomerne debelosti uničuje življenja mnogih ljudi, ker jim s tem sporoča, da z njimi ni nič narobe, v bistvu pa si krajšajo življenjsko dobo za več desetletij in imajo manjšo kvaliteto življenja. Iz tega pa so izvzete debelosti, ki jih povzročajo druge bolezni.«

»Mislim, da je zelo pomembno in koristno pokazati dekletom, da ni lahko lepa samo punca na Victoria's Secret reklami, ampak tudi tiste, ki so zdrave takšne, kot so, Ne mislim, da bi tole označila s 5 zato, ker dekleta v hudih stiskah ne verjamejo, da so lepe tudi, če jim kažeš neka dekleta s širokimi boki in normalnimi trebui. Prav takšna dekleta so naš problem, ker so zelo blizu meje s hudimi boleznimi in prehranskimi težavami.«

»Ne le, da prikazujeta normalnost teh teles, vendar enako količino lepote, spoštovanja in ljubezni. Kažeta, da je telo le telo in da ni telo tisto, ki ti priskrbi lepo življenje.«

»Vsako telo je lepo in posebno. Le v primeru, da želimo svoje telo spremeniti zaradi tega, ker se bomo sami v svoji koži bolje.«

»Koristno je, da lahko vsaka oseba v medijih zasledi druge, ki imajo enak telesni tip in niso prikazani negativno.«

»Koristni, ker odpirata vrata do večje samopodobe velikemu številu žensk, menim pa da je "fat acceptance" lahko nevarno, saj veliko prekomerne teze ni zdravo za telo, menim, da nekateri te skupine uporabljajo kot izgovor, da ostanejo nezdravi.«

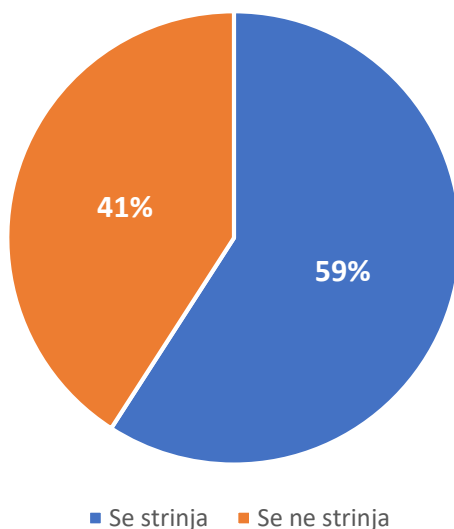
»Mnogim ženskam po svetu dokazujeta, da ne smemo nasedati "popolnem" ženskemu telesu, prikazanem v medijih.«

»Včasih se zaradi tega počutim boljše.«

»Menim, da pokažeta realno sliko teles in da imamo vsi napake oz. insecurities, ki so normalne. S tem, ko jih pokažejo drugi, se počutimo kot da nismo edini s to 'napako'.«

»Prav je, da se med ljudmi čim manj siri to obsojanje ljudi z močnejšo postavo, vendar ne do te mere, da je življenje nekaterih zdravo in da spodbujamo nezdravo prehrano (hitro prehrano...).«

»Predstavljajo realne ženske, ne pa idealizirane.«



Graf 4: Delež odgovorov dijakinj (v %) na trditev: Telesni ideali, prikazani v medijih, močno vplivajo na mojo telesno samopodobo

Več kot polovica dijakinj (59 %) je odgovorila, da telesni ideali, prikazani v medijih, močno vplivajo na njihovo telesno samopodobo.

Tabela 2: Ocena samopodobe pri dijakinjah, ki so se strinjale s trditvijo (graf 4) in pri tistih, ki se niso strinjale.

TRDITEV:

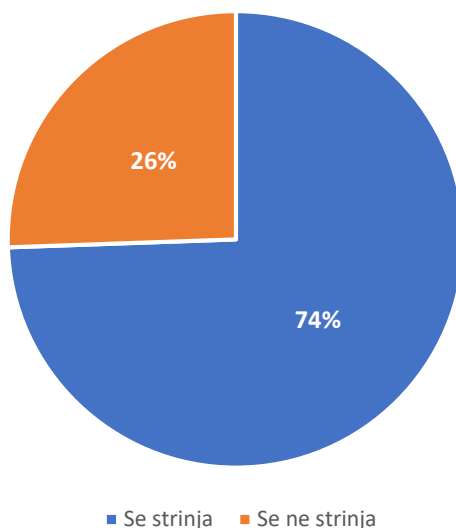
Telesni idealni, prikazani v medijih, močno vplivajo na mojo telesno samopodobo

Dijakinje, ki se strinjajo s trditvijo (graf 4)

Dijakinje, ki se ne strinjajo s trditvijo (graf 4)

Da, s svojo telesno samopodobo sem povsem zadovoljna.	6	12
S svojo telesno samopodobo sem večinoma zadovoljna.	55	50
Ne, s svojo samopodobo nisem zadovoljna.	46	12

Da bi ugotovila, kako so zadovoljne s samopodobo, sem pripravila tabelo. Dijakinje, ki so se strinjale s trditvijo, da telesni ideali vplivajo na njihovo samopodobo, so opredelile (50), da so večinoma zadovoljne s svojo telesno samopodobo, vendar je 46 od 107 dijakinj odgovorilo, da **sploh niso** zadovoljne s telesno samopodobo.



Graf 5: Prikaz deleža odgovorov dijakinj (v %) na trditev: *Moje ukvarjanje s telesom (prehrana) je povezano z ohranjanjem zdravja in ne s telesnimi ideali v medijih*

Večina dijakinj (74 %) je odgovorila, da je njihovo prehranjevanje povezano z ohranjanjem zdravja in **ne** s telesnimi ideali v medijih.

Tabela 3: Prikaz pogostosti spreminjanja načina prehranjevanja pri dijakinjah, ki se (ne)strinjajo s trditvijo (graf 5)

TRDITEV:

Moje ukvarjanje s telesom (prehrana) je povezano z ohranjanjem zdravja in ne s telesnimi ideali v medijih.

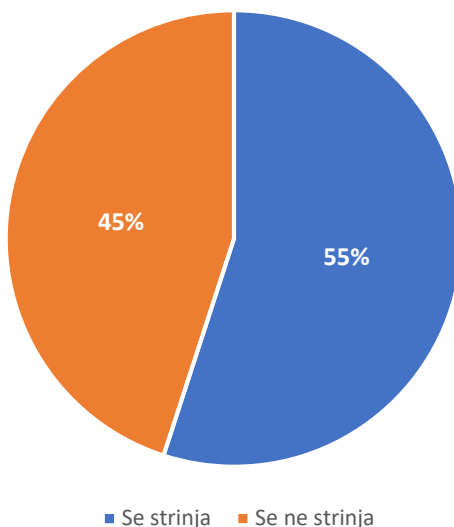
Dijakinje, ki se strinjajo s trditvijo (graf 5)

Dijakinje, ki se ne strinjajo s trditvijo (graf 6)

Zelo pogosto	21	12
Pogosto	23	9
Včasih	35	7
Redko	39	11
Nikoli	16	7

12 dijakinj, ki se niso strinjale s trditvijo – moje ukvarjanje s telesom (prehrana) je povezano z ohranjanjem zdravja in ne s telesnimi ideali v medijih – je odgovorilo, da zelo pogosto spreminjajo način prehranjevanja, medtem pa je večina dijakinj, ki so se

strinjale s trditvijo, navedla, da redko spreminja način svojega prehranjevanja (diete, izogibanje določeni hrani ipd.).



Graf 6: Delež odgovorov dijakinj (v %) na trditev: Moja telesna aktivnost je povezana s spremljanjem telesnih idealov medijih in želji po podobnem telesu

Več kot polovica dijakinj (55 %) je odgovorila, da je njihova telesna aktivnost povezana s spremljanjem telesnih idealov v medijih in želji po podobnem telesu.

Tabela 4: Prikaz tedenske telesne aktivnosti pri dijakinjah, ki se (ne)strinjajo s trditvijo (graf 6)

TRDITEV:

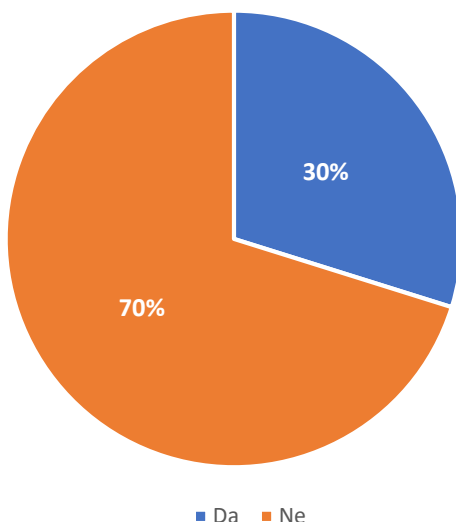
Moja telesna aktivnost je povezana s spremljanjem telesnih idealov v medijih in želji po podobnem telesu

Skupina dijakinj, ki se strinja s trditvijo (graf 6)

Skupina dijakinj, ki se ne strinja s trditvijo (graf 6)

vsak dan, najmanj pol ure	32	26
vsaj 5-krat tedensko, najmanj pol ure dnevno	26	24
vsaj 3-krat tedensko, najmanj pol ure dnevno	32	18
približno eno uro tedensko	9	13
Povprečje (M):	2,2	2,2
Število dijakinj (N):	99	81

Ne glede na to, ali je njihova telesna aktivnost povezana s spremljanjem telesnih idealov ali ne, se dijakinje povprečno enako aktivno ukvarjajo s športom (vsaj 5-krat tedensko, najmanj pol ure dnevno).



Graf 7: Delež odgovorov dijakinj (v %) na vprašanje, ali so že kdaj razmišljale o trajnem posegu v telo (kozmetični operaciji), da bi izboljšale telesni izgled

Večina dijakinj (70 %) je odgovorila, da ne razmišlja o trajnem posegu v telo (kozmetični operaciji), da bi izboljšala telesni izgled.

Tiste, ki so pa izrazile željo po kozmetični operaciji, pa so pri odprtem vprašanju, odgovorile:

»Povečanje ustnic.«

»Povečanju prsi.«

»Rinoplastika.«

»Zmanjšanje prsi.«

»Ker to, kar bi jaz naredila, ni normalizirano, se ne počutim udobno govoriti o tem.«

»Povečava prsi in botoks.«

»Da bi si poravnala nos in z botoksom zmanjšala moj podbradek in brado.«

»Na obrazu. Rada bi imela ličnice kot druga dekleta. Nimam jih, ker sem posedovala.«

»Liposukcija, face lift.«

»Labioplastika, dvig prsi.«

»Povečanje prsi, zoženje nog.«

»Eye lifting Odstanitvi "inner thigh" maščobe, vendar je bila zelo bež a misel in sem kmalu odmisllila.«

Tabela 5: Občutje pritiska glede spremembe telesa pri dijakinjah, ki so razmišljale o kozmetični operaciji, in pri tistih, ki niso

	Dijakinje, ki so razmišljale o kozmetični operaciji	Dijakinje, ki <u>niso</u> razmišljale o kozmetični operaciji
Občutila sem pritisk, da bi izgledala drugače/spremenila telo	50	90
Nisem občutila pritiska, da bi izgledala drugače/spremenila telo	4	37
Število dijakinj (N):	54	127

Dijakinje, ki so razmišljale o kozmetični operaciji (54), so odgovorile (50), da so občutile družbeni pritisk, da bi izgledale drugače oz. da bi spremenile svoje telo. Večina dijakinj (90), ki ni razmišljala o kozmetični operaciji, je prav tako povedala, da kljub temu da si ne želijo kozmetične operacije, želijo spremeniti svoje telo.

Na vprašanje, na kakšen način si želijo spremeniti svoje telo, so navedle različne metode, in sicer:

»Dieta.«

»S treningom/telovadbo/telesno aktivnostjo.«

»Z vajami.«

»S pomočjo plastičnih operacij.«

»S telovadbo.«

»Izgubiti težo z zdravim načinom življenja in telesno aktivnostjo.«

»Z dieto, telesno vadbo, ličili, oblačili.«

»Shujšati, izklesati postavbo.«

»Stradanje.«

»Hujšanje, nič hrane cel teden ...«

»Plastične operacije.«

4 RAZPRAVA

Koncept ženskih telesnih idealov je težko povzeti in natančno opredeliti njihov vpliv v družbi. Z raziskavo sem želela ugotoviti, kakšen odnos imajo dijakinje na GCC do teh idealov in kako se ti odražajo v njihovih življenjih – ali so vzrok za spremembo prehranjevanja ali spodbujajo oz. zmanjšujejo telesno samopodobo, delujejo motivacijsko ipd. Na začetku raziskovanja sem si zastavila štiri cilje, na podlagi katerih sem postavila šest hipotez.

H1: Večina dijakinj GCC telesne ideale prepoznava in opredeljuje kot računalniško spremenjene ter obdelane fotografije.

Čeprav se ženske zavedajo novih možnosti manipuliranja s fotografijami in vedo, da manekenke, prikazane v medijih, niso brez napak, vseeno hrepenijo po tako imenovanem *fantazijskem telesu*, ki ga prikazujejo mediji. Da bi videla, ali tudi dijakinje GCC prepoznajo telesne ideale iz medijev kot obdelane fotografije, sem jim zastavila trditev, s katero so se lahko strinjale ali ne. 85 % (153) dijakinj je povedalo, da telesne ideale, prikazane v medijih, vidi kot računalniško spremenjene ter obdelane fotografije (graf 1). Izbrala sem preprosto trditev, ki mi je dala možnost vpogleda v splošno razmišljanje dijakinj GCC. Glede na njihove odgovore v anketi sem ugotovila, da se zavedajo, da fotografije niso v resnici pokazatelj resničnega telesa nekega modela, temveč le njegova popravljena različica.

Glede na dobljene podatke sem lahko **hipotezo 1 potrdila**.

H2: Večina dijakinj je že slišala za aktivistični skupini, ki telesne ideale zavračata, ocenjujejo jih kot koristni.

Na dano trditev je več kot polovica dijakinj (53 %) povedala, da še ni slišala za aktivistični skupini (body positivity, fat acceptance), ki telesne ideale zavračata. Prvi del hipoteze – večina dijakinj je že slišala za aktivistični skupini – **sem zavrgla**, saj je le 47 % deklet vedelo za ti skupini, 53 % pa jih ni poznalo. Vendar sem lahko iz podatkov pridobila odgovore o njihovi koristnosti. Od 85 dijakinj, ki so že slišale za to skupino, ju je 78 ovrednotilo kot koristni. Menijo, da obe skupini ne le prikazujeta

normalnost vseh teles, ampak tudi poudarjata lepoto, spoštovanje in ljubezen do sebe; da je vsako telo lepo in posebno ter da so spremembe potrebne le tedaj, ko *mi* menimo, da se bomo tako v lastni koži bolje počutili. Menijo, da lahko vsaka oseba tako v medijih zasledi več kot le en telesni tip, ki jih ne prikazuje v slabi luči. Medtem ko so bili odzivi pozitivni, so se pojavili tudi komentarji, ki so podpirali aktivistično skupino za vsa telesa, vendar so bili manj naklonjeni »fat acceptance« skupini, saj so bile nekatere mnenja, da določeni ljudje v tej skupini iščejo izgovore, da bi ohranili nezdrav življenjski slog. Dijakinje se zavedajo koristnosti »body positivity« skupine, vendar se ne strinjajo z vsemi cilji »fat acceptance« skupine.

Dijakinje GCC so imele, kar se tiče sporočilnosti aktivistične skupine *body positivity*, prav, ko so navajale pomen in razloge njihovega delovanja, kajti cilj te skupine je, da: kljub napakam cenimo svoje telo, smo samozavestni glede svojega telesa, sprejemamo oblike in velikosti teles ter uživamo v telesu, brez da bi skrbeli za spremembe, ki vplivajo nanj (življenjski slog, staranje itd.).

Dijakinje GCC so pokazale pozitiven odnos do aktivističnih skupin. Koristnost aktivističnih skupin sem lahko **potrdila**, **zavrnila** pa sem del hipoteze, kjer sem predvidevala, da je večina dijakinj že slišala za aktivistični skupini, ki telesne ideale zavračata.

H3: Dijakinje menijo, da na njihovo telesno samopodobo močno vplivajo telesni ideali, prikazani v medijih.

Razkorak med povprečno žensko in postavami iz medijev se je v 20. stoletju povečeval. To neskladje, ki ga spremljamo še danes in s katerimi množični mediji s svojim vplivom seznanjajo ljudi o razlikah med privlačnimi in povprečnimi posamezniki, ima negativne posledice.

Zanimalo me je, če je res, da lahko telesni ideali močno vplivajo na telesno samopodobo deklet. 59 % deklet GCC se je strinjalo s trditvijo, da telesni ideali v medijih močno vplivajo na njihovo telesno samopodobo. Da bi ugotovila, kakšna je njihova telesna podoba, sem v tabeli 2 prikazala oceno samopodobe dijakinj, ki so se strinjale s trditvijo. Samo šest dijakinj je odgovorilo, da so zadovoljne s svojo telesno

podobo, večina dijakinj (55) je odgovorila, da niso povsem zadovoljne s svojo telesno podobo. Izmed 59 % dijakinj jih kar 43 % s svojo samopodobo **niso zadovoljne**.

Hipotezo 3 sem **lahko potrdila**. Mediji po mnenju dijakinj res vplivajo na telesno samopodobo, ki pa ni najboljša.

H4: Način prehranjevanja je po mnenju dijakinj zelo povezan s telesnimi ideali, ki se jim želijo približati.

Zanimalo me je, če je način prehranjevanja ena izmed možnosti za doseganje telesnih idealov pri dijakinjah. Z grafom 4 sem ugotovila, da se 74 % deklet strinja s trditvijo, ki pravi, da je njihovo ukvarjanje s prehrano povezano z ohranjanjem zdravja in ne s telesnimi ideali. Tiste dijakinje, ki so se strinjale s trditvijo (39), da je njihovo ukvarjanje s telesom (prehrana) povezano z ohranjanjem zdravja in ne s telesnimi ideali v medijih, redko spreminjajo način prehranjevanja.

Graf 4 je sicer potrdil, da dekleta ne spreminjajo načina prehranjevanja zaradi telesnih idealov, vendar sem v nadaljevanju pri vprašanju, na kakšen način si želijo spremeniti svoje telo, opazila, da so dijakinje velikokrat odgovarjale, da bi namesto kozmetičnih operacij spremenile lastno telo tako, da bi se izogibale določenim obrokom, nekatere celo strdale. Dijakinje so način prehranjevanja povezovalle le s spreminjanjem jedilnika, ne pa tudi z izogibanjem obrokom in stradanjem. Hipotezo 4 sem **delno zavrnila**, kajti tukaj se postavlja vprašanje, kako so dijakinje razumele spreminjanje telesa z metodo načina prehranjevanja.

H5: Telesna aktivnost je večja pri tistih dijakinjah, ki spremljajo telesne ideale v medijih.

Hipoteza se povezuje s hipotezo 4, vendar sem v tem delu postavila v ospredje telesno aktivnost. Nekateri uporabljajo vadbo za vzdrževanje teže in videza (zunanja motivacija), drugi pa se je poslužujejo zaradi zdravja in čilosti (notranja motivacija). To sem želela ugotoviti v hipotezi 5.

Z grafom 6 in tabelo 4 sem lahko predstavila rezultate, ki so predstavili število dijakinj, ki uporabljajo telesno aktivnost kot metodo za doseganje telesnih idealov. 55 % je

telesno aktivnih z namenom, da bi se približala telesnim idealom v medijih. Želela pa sem izvedeti, koliko v povprečju telovadijo dekleta, ki bi rada dosegla popoln izgled.

Želja po približanju telesnim idealom pri dijakinjah GCC se je namreč zelo pokazala pri telesni aktivnosti in njeni pogostosti. Ugotovila sem, da se dijakinje, ne glede na to, ali je telesna aktivnost zanje način dosega telesnega ideala v skupnem povprečju vsaj 5-krat tedensko in najmanj pol ure dnevno ukvarjajo s športom.

Hipotezo 5 sem **lahko delno potrdila**. Večina dijakinj res vidi telesno aktivnost kot metodo za doseganje cilja, vendar se vse dijakinje povprečno enako aktivno ukvarjajo s športom (ne glede na razlog).

H6: Vsaj polovica dijakinj razmišlja o trajnem posegu v telo – lepotni operaciji.

Iz grafa 7 sem razbrala, da je na trditev, ki se je nanašala na trajni poseg v telo za izboljšanje telesnega izgleda, kar 70 % deklet GCC odgovorilo, da o kozmetični operaciji ne razmišlja. S tem sem hipotezo **lahko zavrnila**. Vendar sem pri nadaljnji analizi ugotovila, kako zaznavajo družbeni pritisk, da bi izgledale drugače oz. da bi spremenile telo. Od 127 učenk, ki se niso strinjale z uporabo operacij kot ene izmed možnosti za izboljšanje telesa, je 90 bilo takih, ki so čutile pritisk, da bi spremenile telo. Družbeni pritisk na telesno podobo je torej prisoten, ne glede na to, ali so si dijakinje želele operacije ali ne. Plastična operacija res ni ena izmed metod, ki bi jo večina dijakinj uporabila za izboljšanje videza, a večina bi se poslužila druge metode, in sicer telesne aktivnosti ali spremembe v prehranjevalnih navadah.

Dijakinje GCC, ki razmišljajo o lepotni operaciji, bi se poslužile naslednjih operacij: povečanje ustnic, liposukcija, povečava prsi, face lift, eye lifting.

Ne glede na to, ali je plastična operacija ena izmed metod izboljšanja telesa, je pritisk pri vseh anketirankah prisoten, saj ga občuti 140 anketirank. Iz grafa 7 in tabele 5 je razvidno, da so telesni ideali v medijih eden izmed dejavnikov, ki po mnenju dijakinj močno vpliva na njihovo telesno samopodobo in ustvarja družbeni pritisk na njih, da bi izgledale drugače (kar potrdi že 3. hipoteza).

Hipotezo 6 sem sicer **zavrnila**, vendar sem ugotovila, da je pritisk na telesno spremembo prisoten, le da dijakinje GCC rešitve ne prepoznavajo v lepotni operaciji, temveč v drugih metodah.

5 ZAKLJUČEK

Telesni ideali so vselej postavljeni tako, da so nedosegljivi. To lahko povzroči frustracijo pri ljudeh, ki si prizadevajo, da bi se približali popolnemu telesu. V ozadju v resnici deluje koncept potrošnike družbe, o katerem sem spregovorila že v teoretičnem delu. Tu spadajo lepotna/estetska kirurgija, industrija prostega časa, farmacevtska in prehrambna industrija, ki izkoriščajo frustracijo ljudi tako, da privabljajo potrošnike k uporabi njihovih storitev in produktov tako, da bi dosegli željene rezultate. Da je težko uiti medijem in prikazovanju popolnega telesa, sem dokazala z anketo, ki sem jo izvedla pri 181 dijakinjah GCC. Te občutijo družbeni pritisk glede svojega izgleda in imajo nižjo telesno samopodobo. Sledenje smernicam »popolnega telesa« je po podatkih iz ankete eden izmed dejavnikov, ki ne le vpliva na telesno aktivnost, temveč tudi na mnenje o lastnem telesu, ki si ga želijo dijakinje z različnimi metodami spremeniti in doseči standard, prikazan v medijih. Tako lahko potrdim, da so mediji v povezavi s slabšo telesno samopodobo; nerealne podobe telesa vplivajo na dekleta, da vidijo svoje telo kot projekt, na katerem bi morale delati, četudi so podatki iz ankete pokazali, da se dekleta GCC zavedajo, da mediji prikazujejo nerealne podobe ženk. Iz tega lahko trdim, da trditev o doseganju »fantazijskega telesa«, ki je bila omenjena v mnogih virih med mojim raziskovanjem, resnična, saj je veliko deklet GCC ujeta v past medijev in manipuliranega prikazovanja popolnosti, ki ne obstaja.

Na začetku sem raziskovalno področje predstavila teoretično, pri tem sem uporabila predvsem tuje strokovne članke in podatke, ki so mi dali večji vpogled v telesne ideale žensk in novejšo statistiko. Raziskala sem, kako so se telesni ideali spreminjali in kako so ti izgledali skozi zgodovino, kakšna je konstrukcija telesnih idealov v postmoderni družbi in na kakšen način kapitalistična ter potrošniška družba delujeta interesno pri prikazovanju telesnih idealov v medijih. V nalogu sem vključila vpliv telesnih idealov, tudi na nastanek nekaterih aktivističnih skupin. Prikazala sem tudi telo kot projekt, ki se prilagaja smernicam popolnega videza v družbi (v to so vključene telesna aktivnost, lepotna operacija in način prehranjevanja).

Pisanje naloge in raziskovanje me je izjemno pritegnilo. Naučila sem se uporabe meni prej neznanih funkcij in obdelave podatkov v Excelu ter Wordu, izbire znanstvene literature in pregledovanje ne le pisnih virov, temveč tudi videoposnetkov. Na koncu sem si postavila dodatna vprašanja, ki bi se jih lahko lotila v prihodnosti.

Cilji, ki sem si jih pri raziskovalni nalogi zadala, so bili izpolnjeni. Dobila sem vpogled v spreminjanje telesnih idealov skozi zgodovino, njihovo sprejemanje med dijakinjami GCC ter o njihovem vplivu na anketirane dijakinje.

5.1 Nova vprašanja

Menim, da bi se na temo telesnih idealov dalo raziskati še marsikaj, predvsem pa se mi zdi pomembno, da se zavedamo, da popolnega/idealnega telesa v resnici ne moremo opisati, kajti trendi se spreminjajo. Kar je popularno danes, je lahko jutri zamenjano z nečim drugim. To sem nazorno tudi prikazala na časovnem traku telesnih idealov skozi zgodovino – nobeno telo ni bilo podobno predhodnemu. Mnenja, ideje in želje se nenehno spreminjajo. Kar je resnično pomembno, je naše zdravje in dobro počutje, predvsem pa, da nam je udobno v lastnem telesu ter da zanj skrbimo in ga negujemo – ne pa stradamo in postavljamo pod drobnogled.

Ob zaključku raziskovalne naloge sem si postavila nekaj novih vprašanj, ki bi se jih v prihodnosti lahko lotila:

- Kakšen bi bil učinek, če bi poskusili omejiti čas izpostavljenosti telesnim idealom, prikazanim v medijih (npr. na Instagramu)? Ali bi bilo sprejemanje telesa drugačno? Ali bi to lahko bila rešitev za izboljšanje lastne telesne samopodobe?
- Ali bi večje ozaveščanje deklet o telesnih idealih pripomoglo k bolj pozitivni percepciji lastnega telesa?
- Kako gledajo na telesne ideale tisti, ki se ukvarjajo s profesionalnim spreminjanem/oblikovanjem fotografij modelov?
- Kakšno je v resnici popolno telo (proporcionalno) za dekleta Gimnazije Celje - Center?

6 VIRI IN LITERATURA

1. Kuhar, Metka. V imenu lepote: Družbena konstrukcija telesne samopodobe. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, 2004.
2. Krajnc, Marina. Počkar, Mirjam. Sociologija. Ljubljana, DZS, 2011.
3. Iskra Kristina. Ženski lepotni ideali skozi čas: primer revije Jana (diplomsko delo). Univerza v Ljubljani. Ljubljana, 2009.
4. Emma Pompeii, Victoria Yuen, & Sarah Fresard. 30. november 2016. Chinese Beauty Standards. PDF. [Citirano 20. 9. 2020]
Dostopno na: <https://cpb-us-w2.wpmucdn.com/portfolio.news.school.edu/dist/a/12225/files/2016/12/Chinese-Beauty-Standards-Magazine-26s5wru.pdf>
5. Eugene Lee Yang, Mark Celestino, Kari Koeppel. Women's Ideal Body Types Throughout History. 27. januar 2015. Buzzfeed. [Citirano 8. 9. 2020]
Dostopno na: <https://www.buzzfeed.com/eugeneyang/womens-ideal-body-types-throughout-history>
<https://www.scienceofpeople.com/beauty-standards/>
6. Dr Amelia Serafine. UNDERSTANDING IDEAL BODY SHAPES THROUGH HISTORY. 29. januar 2020. Puregym. [Citirano 13.9.2020]
Dostopno na: <https://www.puregym.com/blog/body-shapes/>
7. Learn Why Job Competition Is Creating A Plastic Surgery Demand In South Korea. 2018. Cosmetic Town. [Citirano 15. 9. 2020]
Dostopno na: <https://www.cosmetictown.com/journal/news/plastic-surgery-demand-in-south-korea>
8. Grace Jennings-Edquist. Are body editing apps for Instagram really a problem? ABC Life [Citirano 15. 9. 2020]
Dostopno na: <https://www.abc.net.au/life/body-editing-apps-instagram/9874484>
9. Kelly Oakes. 12. marec 2019 The complicated truth about social media and body image. Future. [Citirano 20. 9. 2020]
Dostopno na: <https://www.bbc.com/future/article/20190311-how-social-media-affects-body-image>
10. Girls Ages 6-18 Talk About Body Image | Allure, 31. maj 2018. [Citirano 20. 9. 2020]
Dostopno na: https://www.youtube.com/watch?v=5mP5RveA_tk&list=LL&index=10
11. 'Snapchat Dysmorphia': Why Teens Are Turning To Plastic Surgery | 2. januar 2019. TODAY. [Citirano 25. 9. 2020]
Dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=8yldCKGcCgg&list=LL&index=7&t=115s>
12. Kamleshun Ramphul and Stephanie G Mejias. "Snapchat Dysmorphia" a Real Issue? 3. marec 2018. US National Library of Medicine, National Institutes of Health. [Citirano 28. 9. 2020]
Dostopno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5933578/>
13. Ana Sandoiu: What is 'Snapchat dysmorphia,' and why is it concerning? 7. avgust 2018. MEDICAL news TODAY. [Citirano 21. 12. 2020]

- Dostopno na: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/322706#How-Snapchat-filters-may-affect-dysmorphia>
14. Alina Petre (medicinsko pregledano: Timothy J. Legg, Ph.D) 6 Common Types of Eating Disorders (and Their Symptoms). 30. oktober 2019. Healthline. [Citirano 10. 10. 2020]
Dostopno na: <https://www.healthline.com/nutrition/common-eating-disorders>
 15. Motnje hranjenja. 31. julij, Prehrana.si – nacionalni portal o hrani in prehrani. [Citirano 15. 10. 2020]
Dostopno na: <https://www.prehrana.si/clanek/396-motnje-hranjenja>
 16. Media & Eating Disorders. NEDA (feeding hope)
Dostopno na: <https://www.nationaleatingdisorders.org/media-eating-disorders>
 17. Jaclyn Lopez Witmer. Does Social Media Drive Eating Disorders? 30.april 2020, Therapy Group of NYC. [Citirano 20. 10. 2020]
Dostopno na: <https://nyctherapy.com/therapists-nyc-blog/does-social-media-drive-eating-disorders/>
 18. Claire Kearns. Social Media and Eating Disorders. 2017, Mirror Mirror (Eating Disorder help). [Citirano 21. 10. 2020]
Dostopno na: <https://mirror-mirror.org/eating-disorders-2-2/social-media-and-eating-disorders>
 19. Anne M. Morris. The impact of the media on eating disorders in children and adolescents, maj in junij 2003, NCBI (US National Library of Medicine National Institutes of Health Search database) [Citirano 23. 1. 2021]
Dostopno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2792687/>
 20. Kendra Cherry. What Is Body Positivity? Verywellmind, 25. februar 2020.
Dostopno na: <https://www.verywellmind.com/what-is-body-positivity-4773402>
 21. AMERICAN SOCIETY OF PLASTIC SURGEONS [Citirano 20. 1. 2021]
Dostopno na: <https://www.plasticsurgery.org/news/plastic-surgery-statistics>
 22. Yes, More People Are Getting Plastic Surgery. Here's Why. 25. marec 2019. Healthline. [Citirano 23. 2. 2021]
Dostopno na: <https://www.healthline.com/health-news/more-people-getting-plastic-surgery>
 23. Adrian Furnham, James Levitas. Factors that motivate people to undergo cosmetic surgery. US National Library of Medicine National Institutes of Health. [Citirano 26. 2. 2021]
Dostopno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3513261/>
 24. Rachel Krantz-Kent. September 2018. Television, capturing America's attention at prime time and beyond.. [Citirano 23. 2. 2021]
Dostopno na: <https://www.bls.gov/opub/btn/volume-7/television-capturing-americas-attention.htm>
 25. Kim Kardashian called 'toxic' for advertising diet lollipop. 16. maj 2018. BBC News. [Citirano 25. 2. 2021]
Dostopno na: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-44137700>
 26. Which diet is right for you? 15. julij 2020. Heart Foundation. [Citirano 15. 1. 2020]
Dostopno na: <https://www.heartfoundation.org.nz/about-us/news/blogs/which-diet-is-right-for-you>

27. U.S. Diets and Weight Loss - Statistics & Facts. 1. december 2020. Statista Research Department, [Citirano 10. 2. 2021]
Dostopno na: <https://www.statista.com/topics/4392/diets-and-weight-loss-in-the-us/>
28. Fitness in America: behaviors, attitudes, and trends. Mindbody, 2019 [Citirano 14.1. 2021]
Dostopno na: https://www.mindbodyonline.com/sites/default/files/public/education/learning-assets/2019_Fitness_in_America-Report.pdf
29. Karl Thompson. 9. april 2016. From Modernity to Post-Modernity. ReviseSociology. [Citirano 20.12. 2020]
Dostopno na: <https://revisesociology.com/2016/04/09/from-modernity-to-post-modernity/>
30. Sociological Theories of Consumerism and Consumption. 12. oktober 2016. ReviseSociology. [Citirano 13. 11. 2020]
Dostopno na: <https://revisesociology.com/category/postmodernism-and-late-modernsim/consumerism/>
31. Amanda Brown. 17. oktober 2017. Body Shaming Through the Use of Advertisements. [Citirano 10. 11. 2020]
Dostopno na: <https://artcrimearchive.net/2017/10/17/body-shaming-through-the-use-of-advertisements/>
32. PLASTIC SURGERY STATISTICS REPORT 2019 ASPS National Clearinghouse of Plastic Surgery Procedural Statistics. [Citirano 5. 3. 2020]
Dostopno na: <https://www.plasticsurgery.org/documents/News/Statistics/2019/plastic-surgery-statistics-full-report-2019.pdf>
33. Fat acceptance movement. Wikipedija, prosta enciklopedija. [Citirano 1. 3. 2021]
Dostopno na: https://en.wikipedia.org/wiki/Fat_acceptance_movement

7 PRILOGA

ANKETA

Pozdravljeni! Sem Tea Simić, dijakinja 3. b-razreda Gimnazije Celje - Center in raziskujem ženske telesne ideale v postmoderni družbi. K sodelovanju zato vabim DEKLETA naše šole. Za izpolnitev ankete boste potrebovale približno 5–10 minut. Vaši odgovori bodo anonimni, sodelovanje pa je prostovoljno. Hvala!

Q1 - SPOL

- ☐ Ženski
- ☐ Moški

Q2 - Ali si zadovoljna s svojo telesno samopodobo?

- ☐ Da, s svojo telesno samopodobo sem povsem zadovoljna.
- ☐ S svojo telesno samopodobo sem večinoma zadovoljna
- ☐ Ne, s svojo telesno podobo nisem zadovoljna.

Q3 - Ali si občutila/občutiš družbeni pritisk glede svojega telesnega izgleda?

- ☐ Zelo pogosto.
- ☐ Pogosto.
- ☐ Redko.
- ☐ Nikoli.

Q4 - Ali se je ta pritisk odražal/se odraža v želji po izboljšanju svojega telesnega izgleda?

- ☐ Da.
- ☐ Ne.

Q5 - Ali si že kdaj občutila pritisk, da bi izgledala drugače oz. da bi spremenila svoje telo?

- ☐ Da.
- ☐ Ne.

Q6 - Na kakšen način bi si želela izboljšati lastno telo?

Q7 - Si že kdaj razmišljala o trajnem posegu v telo (kozmetični operaciji), da bi izboljšala telesni izgled?

☐ Da.

☐ Ne.

Q8 - O katerem telesnem posegu si razmišljala oz. razmišljaš?

Q9 - Kako pogosto si zaradi želje po spremembi videza spremenila svoj način prehranjevanja (različne diete, omejevanje vnosa kalorij, izogibanje določeni hrani ipd.)?

☐ Zelo pogosto.

☐ Pogosto.

☐ Včasih.

☐ Redko.

☐ Nikoli.

Q10 - Kako pogosto si telesno aktivna (se ukvarjaš s športom, hodiš v naravo, samostojno telovadiš ipd.)? Pouk športne vzgoje je pri tem izvzet!

☐ Vsak dan najmanj pol ure dnevno.

☐ Vsaj petkrat tedensko, najmanj pol ure dnevno.

☐ Vsaj trikrat tedensko, najmanj pol ure dnevno.

☐ Telesni aktivnosti namenim približno eno uro tedensko.

(0 sploh se ne strinjam, 3 strinjam se, 5 zelo se strinjam)

[illegible]

Moje ukvarjanje s telesom je povezano z izboljšanjem telesne samopodobe.

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Telesni ideali, prikazani v medijih, najbolj vplivajo na mojo telesno samopodobo.

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Telesni ideali, prikazani v medijih, so nedosegljivi.

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Telesni ideali, ki so večinsko prikazani v medijih, so mnogokrat obdelane in spremenjene fotografije deklet.

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Q12 - Ali si že kdaj slišala za aktivistični skupini, ki telesne ideale žensk v medijih zavračata (Body positive movement, Fat acceptance movement)?

- ☐ Da
- ☐ Ne

Q13 - Oцени na lestvici od 0 do 5 .

(0 sploh nista koristni, 3 koristni, 5 zelo koristni):

	0	1	2	3	4	5
Kako koristni se ti zdita ti dve skupini?	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Q14 - Napiši konkreten razlog za svojo izbiro.

Q15 - Kako sprejemaš ženske telesne ideale, ki so prikazani v medijih?

- ☐ Pozitivno (jih sprejemam).
- ☐ Negativno (ne sprejemam jih).
- ☐ Niti pozitivno niti negativno.
- ☐ Niti jih ne opazi.

IZJAVA

Mentor/ica Valerija Zorko v skladu z 20. členom Pravilnika o organizaciji mladinske raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje, zagotavljam, da je v raziskovalni nalogi z naslovom *Ženski telesni ideali v postmoderni družbi*, katere avtorica/avtorji je/so Tea Simič:

- besedilo v tiskani in elektronski obliki istovetno,
- pri raziskovanju uporabljeno gradivo navedeno v seznamu uporabljene literature,
- da je za objavo fotografij v nalogi pridobljeno avtorjevo dovoljenje in je hranjeno v šolskem arhivu,
- da sme Osrednja knjižnica Celje objaviti raziskovalno nalogo v polnem besedilu na knjižničnih portalih z navedbo, da je raziskovalna naloga nastala v okviru projekta Mladi za Celje,
- da je raziskovalno nalogo dovoljeno uporabiti za izobraževalne in raziskovalne namene s povzemanjem misli, idej, konceptov oziroma besedil iz naloge ob upoštevanju avtorstva in korektnem citiranju,
- da smo seznanjeni z razpisni pogoji projekta Mladi za Celje.

Celje, 15. 4. 2021

žig šole

Podpis mentorja

Podpis odgovorne osebe