

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za socialno delo

Sara Dolenec

KULTURNA PERCEPCIJA TELESA

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za socialno delo

Sara Dolenec

KULTURNA PERCEPCIJA TELESA

Diplomsko delo

Mentorica: izr. prof. dr. Vesna Leskošek

Ljubljana, 2016

ZAHVALA

...dekletom, ki so bila z mano pripravljena sodelovati in mi s tem pomagati pri zaključkih moje raziskave in diplomske naloge

...socialni delavki iz CSD Trebnje, Nataši Smolič, ki mi je pomagala do kontaktov romskih deklet

...družini in prijateljem za potrpežljivost, podoro in pomoč

...mentorici Izr. Prof. Dr. Vesni Leskošek za pomoč in hitre odzive, nasvete ter komentarje ob pisanju diplomske naloge

PODATKI O DIPLOMSKEM DELU

Ime in priimek: Sara Dolenec

Naslov diplomskega dela: Kulturna percepcija telesa

Mentorica: Izr. prof. dr. Vesna Leskošek

Kraj: Ljubljana

Leto: 2016

Število strani: 70

Število prilog: 1

Število grafov: 6

Ključne besede: lepotni ideali, mediji, samopodoba, identiteta, etnične manjšine, kultura, multikulturno okolje, družbeni pritisk, ženske, mladostništvo

Povzetek: Diplomsko delo raziskuje kako mediji, družba in družina vplivajo na percepcijo lepotnega ideala pri dekletih. Usmerjeno je tudi v samopodobo in identiteto mladih deklet, ki so pod družbenim pritiskom zaradi potrebe po ustrežanju lepotnim kriterijem. V teoretičnem delu sem opredelila ključno vlogo medijev, razvoj ideala ženskega telesa skozi zgodovino, več različnih vidikov identitet in samopodobe ter družbeno problematiko motenj prehranjevanja. Teoretični uvod predstavlja okvir za empirični del diplomske naloge.

Podatke sem zbrala iz desetih intervjujev, ki sem jih opravila z dekleti starimi od 16 – 23 let. Polovica Slovenk, polovica Rominj. Rominje sem vključila zato, ker sem želela primerjati vplive družbe in medijev na dekleta iz različnih kulturnih okolij.

Iz rezultatov je razvidno, da so slovenska dekleta veliko bolj dovzetna za pritiske s strani medijev in širše družbe. Pri romskih dekletih se je izpostavljeno počutila le ena, ki je aktivno vključena in asimilirana v slovensko kulturo. Na njo so mediji in zahodna kultura vplivali s tako jakostjo kot na slovenska dekleta. To je negativno vplivalo na njeno samopodobo, saj je morala ustrezati dvojnemu merilu – romskim in slovenskim. Dekleta iz romskih družin, ki se v slovensko kulturo niso aktivno vključila, s tem niso imela težav, prav tako tudi mediji v njihovem življenju ne igrajo tako pomembne vloge, kot pri slovenskih dekletih in romski študentki. Na le-teh so mediji in pritiski družbe pustili posledice kot so slaba samopodoba, želja po drugačnem telesu, slabše splošno počutje, nemir, spremembe prehranjevalnih navad.

Title: Cultural perception of body

Key words: beauty ideals, media, self-image, identity, ethnical minority, culture, multicultural environment, social pressure, women, adolescence

Abstract: The present thesis researches how media, society and family influence on perception of beauty ideal within girls. It is focused also on self-image and identity of young girls, which are under social pressure because of need in fitting beauty ideals. In theoretical part, I defined main part of media, development of women beauty ideal through history, different aspects of identity and self-image and social issue of eating disorders. Theoretical part represents framework for empirical part of my thesis.

I gathered data from ten interviews, which I performed with girls age from 16 to 23 years old. Half of them are Slovenian, half Romanian. I included Romanian girls, because I wanted to make a comparison of social and media influences on girls from different cultural backgrounds.

From results, it is clear that Slovenian girls are much more receptive on pressure which is caused from media and society. Within Romanian girls, only one of them felt exposed, because she was actively included in Slovenian culture. Media and west culture influenced on her in the same way and power, as they did on Slovenian girls. That affected negatively on her self-image, because she had to fit in double standards – romanian and slovenian. Girls from romanian families, which are not actively included in slovenian culture, don't have much problems with that, also media doesn't play a big part in their lives, as they do with slovenian girls and one romanian. Media and social pressure left consequences on these girls, such as low self-image, desire of a different body, bad general feeling, restlessness and change of eating behaviour.

KAZALO VSEBINE

1	TEORETIČNI UVOD.....	1
1.1	MEDIJI	1
1.1.1	Vpliv medijev na telesno samopodobo	3
1.1.2	Za vedno nezadostne – marekting in mediji	5
1.2	SPREMINJANJE LEHOTNEGA IDEALA SKOZI ZGODOVINO	7
1.2.1	Žensko telo.....	8
1.3	IDENTITETA.....	11
1.3.1	Socialna identiteta.....	12
1.3.2	Identiteta skozi medije in kulturo	13
1.3.3	Skupinska identiteta.....	13
1.3.4	Spolna identiteta	14
1.3.5	Globalne in lokalne identitete	15
1.3.6	Večglasen in dialoški jaz	16
1.3.7	Globalizacija, lokalizacija.....	18
1.3.8	Raznolikost kultur – raznolikost idealov	18
1.3.9	Problem stigmatizacije in identitete.....	20
1.4	SAMOPODOBA	21
1.4.1	Kulturno opredeljena samopodoba	22
1.4.2	Adolescenca in razvoj samopodobe.....	23
1.4.3	Telesna samopodoba.....	24
1.5	TELESNA IDENTITETA V SOCIALNEM DELU - MOTNJE HRANJENA KOT POSLEDICA DRUŽBENEGA PRITISKA.....	26
2	FORMULACIJA PROBLEMA	29
3	METODOLOGIJA	31

3.1	VRSTA RAZISKAVE	31
3.2	MERSKI INSTRUMENTI ALI VIRI PODATKOV	31
3.3	OPREDELITEV ENOT RAZISKOVANJA – POPULACIJA IN VZOREC	31
3.4	ZBIRANJE PODATKOV OZ. EMPIRIČNEGA GRADIVA	32
3.5	OBDELAVA GRADIVA	32
4	REZULTATI.....	34
4.1	KVANTITATIVNA ANALIZA	34
4.2	KVALITATIVNA ANALIZA.....	37
4.2.1	Vpliv medijev na idejo o popolnem ženskem telesu in na samopodobo deklet	38
4.2.2	Želja po idealnem telesu iz medijev	40
4.2.3	Vpliv družine in prijateljev na percepcijo ideala ženskega telesa pri dekletih.....	40
4.2.4	Vpliv pričakovanj družbe in družine na dekleta	44
4.2.5	Etnične manjšine in vpliv različnih pričakovanj	47
5	RAZPRAVA.....	50
6	SKLEPI	60
7	PREDLOGI.....	63
8	UPORABLJENA LITERATURA	64
9	PRILOGE	67
9.1	STRUKTURIRAN VPRAŠALNIK ZA IZVEDBO INTERVJUJEV	67
10	POVZETEK.....	69

KAZALO GRAFOV

Graf 4.1: Pomembnost družine na lestvici od 1- 10	34
Graf 4.2: Pomembnost mnenja družine o telesu na lestvici od 1 – 10	35
Graf 4.3: Pomembnost prijateljev in družbe na splošno na lestvici od 1 – 10	35
Graf 4.4: Pomembnost mnenja prijateljev o tvojem telesu na lestvici od 1 – 10	36
Graf 4.5: Uresničljivost predstave idealnega telesa na lestvici od 1 – 10	36
Graf 4.6: Pomembnost ustrežanja standardom sodobne družbe in družine na lestvici od 1 – 10	37

PREDGOVOR

Med študijem na univerzi v Amsterdamu sem doživela in občutila moč in lepoto multikulturnega mesta. Pridobila sem poznanstva in prijatelje iz različnih držav, kultur, verstev in etničnih skupin, ter začela spoznavati njihove vrednote, običaje, navade in prepričanja. Pomislila sem, da ob taki diverziteti kultur in prepričanj, nedvomno obstajajo posamezniki in posameznice, ki živijo na območju, kjer se stika več različnih kultur, s tem več različnih pogledov na lepotne ideale in posledično potreba po podrejanju določenim idealom za večji občutek pripadnosti določenim družbam. Še posebej bi se tukaj osredotočila na pripadnice/ke etničnih manjšin, ki živijo na območju kjer prevladuje kultura Zahoda. Tema se mi zdi družbeno aktualna, saj se nahajamo v času, ko je zunanja lepote postala eden najpomembnejših atributov posameznika. Prav tako živimo v obdobju, ko so se začeli vzpenjati mediji in njihova moč nad današnjo družbo. Kot predstavnica ženskega spola, lahko potrdim, da je odraščanje ob nenehnem projiciranju 'idealnega' ženskega telesa s strani medijev na vsakem koraku, za oblikovanje zdrave in močne samopodobe ter identitete, težka naloga. Še težje mora biti za predstavnice etničnih manjšin, kjer se prepričanja in stališča razlikujejo od vse bolj raširjene zahodne kulture, saj morajo v tem primeru za sprejetost in pripadnost obema, ustrezati različnim kriterijem. V primeru, da zunanji videz posameznika v družbi ne bi bil tako pomemben kot je v resnici, bi se morali pripadniki etničnih manjšin prilagoditi samo na področju navad, običajev, jezika ipd. Ker pa temu ni tako, in je videz vedno bolj izpostavljena lastnost žensk in moških sodobne družbe, se spopadajo z različnostjo lepotnih idealov in hkrati nezmožnostjo ustrežanja dvem neenakim. Identitete še lahko združimo, prilagajamo in sestavljamo, telo pa je eno samo. S tem razlogom sem se odločila, da raziščem to področje in problematiko, ter poskušam tudi širšemu občinstvu približati multikulturne slike, ki so našim očem na prvi pogled skrite.

1 TEORETIČNI UVOD

1.1 MEDIJI

Dandanes lahko opazimo, da je v družbi vedno bolj pomembna fizična pojava. Kako se zna posameznik obleči, urediti frizuro, uskladiti dodatke z obleko itd. Vedno bolj so si, predvsem mladi, kar se tiče videza, podobni. Začeli smo slediti enemu trendu, ki prihaja iz zahodne družbe. Redkokdo ima še pogum, da je drugačen, ker je družba postala tako ozkogledna in zaprta, da se drugačnost prav hitro izolira ali pa preveč izpostavi.

Mediji nam na vsakem koraku predajajo slike "popolnih" podob teles, ne da bi se mi tega zavedali. Množični mediji komunicirajo neposredno z večjim občinstvom skozi televizijo, radio, internet, časopise, revije, knjige in ostale vire sporazumevanja. Povsod lahko vidimo reklame za spodnje perilo, poletna oblačila, kopalke, avto, očala, čevlje itd., in na teh reklamah so moški in ženske popolni. Brez gub, znamenj, celulita, odvečne maščobe, poudarjene izklesane mišice, dolge noge, ravnopravšnje prsi pri ženskah, popoln nasmeh, bujni, valoviti lasje in še bi lahko naštevali. Sploh v obdobju odraščanja, si nas veliko želi to popolno telo, da bi bili tudi mi srečni kot so vzorniki na plakatih in v revijah, sprejeti v družbo, imeli polno prijateljev in najbolj pomembno, se izognili zbadljivkam, ki so jih deležni "drugačni", ki ne ustrezajo standardom, ki jih postavlja današnja družba. Mediji soočajo mlada dekleta s percepcijo lepote, katera velikokrat ni uresničljiva.

Kažejo nam podobe popolnosti in kako pomembna je privlačnost posameznika za uspeh in napredovanje v današnji družbi. V resnici pa nam s tem ponujajo široko izbiro stereotipov in možnosti identifikacij. Televizija in internet sta postala močnejša kot kadarkoli prej, ker imajo možnost združiti slike in zvok ter s tem predstavo ustvariti še bolj realistično, vendar so prav te medijske predstave idealov najožje in najtežje dosegljive. "Primerjanje z medijskimi modeli lahko vodi do tega, da zaznavajo ljudje sebe kot manj privlačne. Raziskava Murraya in sodelavcev (1996) je pokazala, da 95% žensk sprejme lepotni ideal, ki ga prikazuje televizija, in da ob tem 92% žensk občuti določeno stopnjo pritiska ter si želi približati tem idealu" (Kuhar 2004: 96).

Ballaster (2004) v knjigi o medijski kulturi izpostavi (ne)realnost slike, ki jo projicirajo mediji, predvsem ženske revije. Kot prvo se pojavi razkorak med bralkino socialno in ekonomsko zmožnostjo, ter realnostjo, ki jo predstavlja revija. Ženskost, ki se naj bi jo

priučile, naučile in se po njej zgledovale ni edina, niti preprosta. Težko je posploševati na en model ženskosti, kateremu naj bi mlada dekleta, odrasle ženske in gospe v zrelih letih sledile in se po njem zgledovale. Ne ponujajo žensk z manj popolnim telesom ali kompleksnim značajem. Že število navodil kako se obleči in naličiti nam da vedeti, da obstaja en model lepega. In kar je očem spretno skrito, pa vendar najpomembnejša funkcija vseh teh predstavitev podob medijev je, da je ženska naslovljena predvsem kot potrošnica dobrin, ki jih revija predstavlja kot nujno potrebne za njeno zgraditev podobe, konstrukcijo popolnosti, podobnosti uspešnim, večno mladim ženskam v revijah (Luthar, Zei, Hardt 2004: 244).

Dopolnila bi z opazovanji Bartky (1990), ki opiše tri vrste telesnih praks, ki prispevajo k večji možnosti uresničitve modela ženskosti, o katerem govori Ballaster. To so po njenih opazovanjih oblikovanje idealnih telesnih oblik (z dieto, vadbo,...), učenje pravih gest (sedenje, hoja), in lepotičenje, okraševanje telesa s kozmetičnimi izdelki in oblačili. Vse te namige, kako lažje dosežemo ideal "ženskosti" kot ga predstavlja današnja družba, lahko najdemo v t.i. ženskih revijah z dodatkom vizualnih podob.

Ko že ravno omenjam ženske revije, bi naredila primerjavo še z moškimi revijami kot so Men's Health, Sports Illustrated, GQ, Penthouse in ostale s podobno vsebino in vizijo. Več avtorjev je že raziskalo, koliko se v moških revijah pojavlja popolna podoba moškega telesa in skriti namigi o večnem hujšanju, dietah ter raznih športnih aktivnostih, da bi bili moški današnje družbe privlačni, shujšali in ustrezali standardom "lepega". Rezultati raziskave Andersen in Di Domenicov (1992) so pokazali, da je v ženskih revijah desetkrat več člankov o dietah kot v moških revijah. Takšno je tudi razmerje razširjenosti motenj prehranjevanja med spoloma. Tudi Malkin in Wornian (1999) sta primerjali naslovnice moških in ženskih revij. Sporočila na naslovnica popularnih ženskih revij so bila pretežno o hujšanju, dietah in ličenju, namigovala pa na to, da izguba teže vodi k boljšemu življenju, večji spolni privlačnosti in višjem statusu. Če poenostavimo, glavno sporočilo ženskih revij je, da sprememba videza vodi k izboljšanju kakovosti življenja. Na naslovnica moških revij, so bili predvsem slogani povezani s hobiji, zabavo, novimi znanji in aktivnostmi (Malkin idr., 1999).

S članki o tem, kako morajo biti ženske vitke, z natreniranim telesom, reklamirajo tudi zdravje. Zdravo telo je lepo telo. Revije so polne slik nasmejanih in srečnih ljudi, ki se ukvarjajo s športom, imajo vitko in lepo oblikovano telo ker živijo zdravo življenje. Šport,

zdravje, lepota in sreča se na koncu povežejo v eno podobo popolne, srečne, zdrave in vitke ženske, ki jo vidimo na vseh plakatih, revijah, po televiziji in drugih medijih. Brez športa, ni zdravega telesa, brez zdravega telesa ni lepote in nismo srečni. To je po mojem mnenju ta slika, ki se je po medijih razširila v še tako odmaknjene konce sveta, svojevrstne kulture, naše domove in v naše glave. S to eno sliko tudi predpostavljajo, da si vse ženske želijo iste postave, istega videza in enakih oblek. Res je, da je, kot sem na začetku omenila, vedno manj unikatnih posameznikov, ki bi si upali izstopati, a to se mi zdi je ravno posledica tega enega in edinega ideala, ki se pojavlja po medijih. Že zaradi konstrukcije telesa, je nemogoče, da bi vse ženske imele telo kot ga imajo fotomodeli. Če pa beremo članke, lahko opazimo, da s pravo mero energije, časa in vloženega truda, lahko prav vsa dekleta in ženske dosežemo to postavno, zapeljivo telo, ki nas bo pripeljalo do večje privlačnosti, sreče in ljubezni.

1.1.1 Vpliv medijev na telesno samopodobo

Danes nam ni več popolna neznanka, da mediji s poenotenjem lepotnih standardov vplivajo na telesno samopodobo ljudi iz različnih kulturnih okolij in družbenih razredov. V časopisih, revijah in po televiziji je vedno več razprav o tem, kako mlada dekleta že v adolescenci hujšajo, da bodo bolj podobna modelom iz reklam, katerim so po zgodbah medijev odprta vsa vrata v zanimivo, razburljivo življenje. Kako vemo, da so za to krivi prav mediji in ne druge okoliščine? Ne bi bilo pravično, da zvalimo vso krivdo na medije, ampak po izsledkih raziskav na otoku Fiji (Becker idr., 1996), katero je v svoji knjigi o percepciji lepote uporabila tudi M. Kuhar (2004), so imeli mediji precej pomembno vlogo pri percepciji lastnega telesa pri dekletih v adolescenci.

Pred dostopom do televizije, so na otoku Fiji veljali "lokalni" standardi lepega telesa. Ženske so bile deležne komplimentov, če so se malce poredile oziroma bile bolj polne, na pogled zdrave, in neprijaznih komentarjev, če so shujšale oziroma že bile bolj "koščene". V prvem mesecu uporabe televizije na otoku se je začela raziskava o telesni samopodobi, v kateri je sodelovalo 63 srednješolk, starih povprečno 17 let. Po treh letih so raziskavo ponovili, sodelovalo je 65 srednješolk iz iste šole, ki so bile po starosti, teži in drugih značilnostih podobne tistim od začetka raziskave. Rezultati so pokazali, da so se dekleta iz druge skupine, v svoji koži počutile občutno slabše kot tiste iz prve skupine. Kar 74% jih je povedalo, da se počutijo predebele, 62% pa, da so v preteklem mesecu hujšale. Torej, več

kot polovica deklet je bila že pri 17 letih nezadovoljna s svojim telesom. V treh letih se je število najstnic, ki o sebi nimajo pozitivne telesne samopodobe podvojilo. "Vzpon množičnih medijev v dvajsetem stoletju je nedvomno prispeval svoj delež k homogenizaciji nezadovoljstva s telesom med ljudmi iz različnih kultur in iz različnih družbenih razredov, saj je povzročil demokratizacijo gledanja" (Kuhar 2004: 98).

Kot sem že prej omenila, ne smemo vse krivde zvaliti na medije. Potrebno je upoštevati tudi osebnostne, biološke in socialne dejavnike, ker mediji niso vsemogočni. V nekaterih obdobjih življenja smo na pritiske medijev bolj odporni, v nekaterih manj. V adolescenci se še nasploh trudimo vključiti v neko skupnost, družbo, slediti množici in ne izstopati. Oblikujemo sebe, svojo identiteto, svoj jaz, iščemo prijatelje, mogoče za celo življenje, mogoče samo za čas srednje šole. Ker še ne vemo točno kdo smo in kaj želimo biti, smo bolj prilagodljivi, bolj kot sebi sledimo drugim, iščemo in raziskujemo različne poti ter se pustimo toku družbe. Pri jakosti učinka medijev na posameznike so pomembni tudi odnosi doma in med prijatelji. Če imamo v krogu prijateljev in družine popolno podporo, smo deležni pohval videza, imamo samozavestne starše in prijatelje, ki izpostavijo naše dobre značilnosti, se bomo s pritiski medijev lažje spopadali.

Več raziskovalcev se je že namenilo raziskovati, kakšen pravzaprav sploh je vpliv medijev na občinstvo, a niso prišli do enotnega odgovora. Ena od prvih teorij, behavioristična teorija pravi, da je odnos med medijem in občinstvom enosmeren, v katerem mediji predajajo informacije, občinstvo pa jih pasivno sprejema. Tako sporočila medijev delujejo kot dražljaji, ki neposredno oblikujejo naše mnenje (Verša 1996: 9).

Sama se spomnim, ko sem doma gledala oddajo American Top Model s Tyro Banks. Danes vem, da ta telesa manekenk, ki so jih kazali po televiziji, niso zdrava, ampak ko se je ta oddaja začela predvajati na naši televiziji, so bile to zame lepotice, ki imajo vse. Ja, želela sem si njihovega telesa, obraza, frizure, skratka cel paket. Takrat sem bila ravno v srednji šoli, ko smo po mojem mnenju precej ranljivi in občutljivi na zunanje dejavnike in pritiske družbe. Moja samozavest ni bila visoka, o sebi nisem imela najboljšega mnenja, želela sem si spremeniti vsaj 3 – 4 telesne lastnosti, da bi bila bolj podobna lepoticam iz televizije. Še danes se spomnim komentarjev Tyre na začetnih oddajah, ko so še potekale avdicije, ko je nekaj deklet zavrnila z razlogom, da so predebele. Zame je bila takrat njena beseda zakon in se sploh nisem zavedala kakšen vpliv ima na mojo telesno samopodobo. Pa sem prepričana, da v tistem času nisem bila njena edina občudovalka in s tem tudi ne

edina, ki se je po nepotrebnem obremenjevala s svojim "neprimernim telesom". Svoje izkušnje in opazovanja bi podprla še z raziskavo avtorjev Myers in Bocca (1992), ki sta ugotovila, da lahko že samo trideset minutno gledanje televizijskega programa in oglasov spremeni zaznavo našega telesa.

Zanimivo je, da imajo ravno te revije, v katerih je polno člankov o dietah, športnih aktivnostih in ostalih "namigih", kako preoblikovati svoje telo, tudi veliko člankov o izboljšanju lastne samopodobe. S slikami nedosegljivih idealov v prvi vrsti vršijo nad ženskami pritisk, na naslednji strani pa so že nasveti za izboljšanje samopodobe in nekaj točk za samopomoč. Na to lahko gledamo kot na protislovje, ali kot mogoče marketinško potezo. Revije lahko ponujajo super nasvete za samopomoč, izboljšanje samopodobe in kvize, ki nam pomagajo ugotoviti kaj potrebujemo, da se bomo v svoji koži počutile bolje, zato jih rade še naslednjič kupimo. Zraven pa, česar se sploh ne zavedamo, gledamo še sliko supemodela, ki že od začetka v nas vzbuja občutke, zaradi katerih si sploh želimo prebrati članek o izboljšanju samopodobe.

M. Kuhar (2004) se je oprla na besede Markula (2001) in sicer: "Zaskrbljenost teh revij zaradi nezadovoljstva žensk glede zunanje podobe je na prvi pogled nenavadna, kajti revije same (vsaj delno) prispevajo k temu, ker aktivno promovirajo nerealne telesne podobe. Bralke prepričujejo, naj so samozavestne, saj ni nič narobe z njihovim telesom, temveč prej z družbenim lepotnim mitom" (Kuhar 2004: 101, po Markula 2001).

1.1.2 Za vedno nezadostne – marketing in mediji

Medije nadzorujejo nosilci družbene moči, država, privatni kapital in politične interesne skupine, ter prek njih uveljavljajo svoje interese. Ekonomska vloga medijev izhaja iz medijev samih ter spodbude, ki jo dajejo potrošniškemu procesu. Oglaševanje je eden od najpomembnejših virov prihodkov v medijih, oglasi pa spodbujajo k nakupovanju, ki poganja celoten sistem kapitalizma. Mediji imajo možnost predelovati dejanske dogodke in osebe, ter iz njih konstruirati novo stvarnost, novo medijsko zgodbo, kateri večina ljudi verjame. Tako vplivajo na gledalčevo mnenje, vrednote, razmišljanje in stališča, ter nenazadnje praktično ravnanje – potrošništvo (Verša 1996: 7).

Ženske revije so najbolj prodajana kategorija revij. Cosmopolitan, ki nam je v Sloveniji najbolj znan od popularnih ženskih revij, se lahko pohvali s 35 milijoni bralcev/bralk po

celem svetu. Če ga samo na hitro prelistamo lahko opazimo, da je v več kot 80% sestavljen iz reklam za kozmetiko, oblačila, čevlje, hrano in ostale pripomočke za olepšanje našega videza. Ženske so primarni kupci storitev in dobrin, zato je ta industrija še posebej donosno področje za oglaševalce, sploh na področju hrane in kozmetike, ki sta dve največji področji oglaševanja v ženskih revijah (Blood 2005: 64, po McCracken 1993). Njihov večni fokus na temah kot so osebne spremembe in izboljšanja sebe na vseh možnih področjih, naslavlja ženskost in žensko telo kot trajno poškodovano in vedno potrebno izboljšanja. To pri bralkah povzroči občutek negotovosti in slabo samovrednotenje, podprto s slikami popolnih žensk, kar še dodatno spodbudi potrošništvo (Blood 2005: 65, po McCracken 1993).

'Obljuba bodočega jaza', je Roland Barthes (1973) poimenoval strategijo višanja anksioznosti in nezadovoljstva med ženskami. Ta 'bodoči jaz', je ključnega pomena v oglaševanju in deluje skozi primerjavo kdo smo zdaj, in kdo smo lahko v prihodnosti. S tem nam ves čas predstavljajo kakšni lahko še postanemo, s čim si lahko pomagamo da bomo taki kot naši idoli. Ves čas smo v stanju, ko smo lahko še boljši. Skoraj stalna slika ideala oz. bodočega jaza je ta, ki jo opisujem že od začetka in sicer vitka, postavna, lepo oblikovana, zagorela lepotica. Ker se ta ideal primerja z dejanskimi resničnimi telesi žensk, in ker velika večina bralk tega zaradi kontrukcije telesa ne more doseči, se lahko pojavi občutek večne nezadostnosti pri teh 'običajnih' ženskah. Zakaj? Ves čas se trudijo doseči podobo, katera se jim kaže na vsakem koraku, a vedno se je in se bo našla razlika med njo in lepotico na naslovnici.

Rešitve za občutek nezadostnosti pri ženskah so ponujene v obliki reklam za izdelke, s katerimi si lahko pomagamo, da pridemo do ideala. Na primer, zraven slike vitke ženske, brez dlak, celulita in z mehko kožo brez gub, bomo zagotovo našli tudi oglase za kozmetične izdelke, kateri nam po besedah oglaševalcev lahko pomagajo, da lažje pridemo do takšnega videza (depilacijske kreme in trakovi, anti-age kreme, kreme proti celulitu...).

Smith (1990) je izpostavil povezavo oziroma krog, ki nastane med podobo, željo in potrošništvom pri ženskih bralkah: Želja se pojavi, ko ženske svoje telo primerjajo z ideali v medijih. To željo, paradokсно, doživljajo kot neke vrste ugodje. S tem je želel povedati, da se revije kupujejo kot neke vrste 'priboljšek' s katerim se nagrajamo, saj nam slike in članki ponujajo neke vrste fantazijo o relativno lahko dosegljivem idealu in lepoti ("Samo to kupite in ste že na pol poti!"). Torej z gledanjem slik, se v nas prebudi želja po

predstavljenem idealu telesa, kar nas vodi v nakup izdelkov, ki nam pomagajo ta ideal doseči.

Prav tako postajajo današnji ideali kar samoumevni. Edino normalno je, da ima ženska gladke noge brez dlak, brez celulita, raven trebuh in nič odvečne maščobe. Pozabljamo, da temu po naravi ni tako, pa vendar jim uspeva, da vedno bolj dojemamo naravno telo kot nenaravno in ne-lepo, potrebno večnih umetnih sprememb (Blood 2005: 65).

1.2 SPREMINJANJE LEHOTNEGA IDEALA SKOZI ZGODOVINO

Skozi stoletja, so se telesni ideali ki so veljali za privlačne precej spreminjali, a še vseeno je bila ta idealizirana podoba v določenem obdobju dokaj enotna in soglasno sprejeta.

V renesansi so lepoto povezali z Bogom, imeli so jo za božji dar. Uveljavljena je bila miselnost, da je fizična lepota odsev božje lepote, popolno telo pa izraz plemenite duše. Žensko telo je postalo v umetnosti močno erotizirano, kar kažejo dela slikarjev kot sta Botticelli in Leonardo da Vinci. Na slikah so vidne prsi, razkrita ramena ter čipkasti okraski. Ker pa je ženska lepota še vseeno veljala za božji dar, je akt predstavljal lepoto v najčistejši obliki. Porteti žensk so poveljevali lastnosti kot so skromnost, pobožnost in neomadeževanost (Kuhar 2004: 28-29).

V Bibliji je bila ženska lepota povezana s seksualnostjo, zato so jo povezovali z nečimrnostjo. Zanikali so pomen fizične lepote, a še vseeno potihoma verjeli v telesne lepote standarde.

V letih pred francosko revolucijo, lepoticenje ni bil predmet žensk, ampak višjih družbenih slojev. Bolj kot so bili urejeni, torej nenavadne pričeske, močna ličila, modni dodatki, ipd., bolj so dali družbi jasno vedeti, da imajo visok družbeni stas, veliko premoženja in da so visoko civilizirani. Standardi so bili za oba spola enaki, tako ženske kot moški so si prizadevali, da bi družbi s svojim izgledom pokazali, koliko njihov dvor premore (Kuhar 2004: 28-29).

Po francoski revoluciji, ki bi jo lahko označili kot prelomnico v razvoju in dojemanju lepote v zgodovini, pa so postale pomembnejše spolne razlike, in ne več toliko poudarjanje družbenega statusa z lepoticenjem. Moški se niso več obremenjevali z zunanjim izgledom, ženske pa vedno bolj. V začetku 19. stol., pa se je še zaostriло. Od žensk se je pričakovalo, da bodo ikona lepote, urejenosti in da skrbijo za topel sprejem moža po delovnem dnevu,

mu nudijo ugodje in urejen dom, pa seveda tudi šarm, fantazije in lepoto (Kuhar 2004: 28-29).

1.2.1 Žensko telo

Samo kratek pregled umetniških del skozi zgodovino nam jasno da vedeti, kakšni so bili ideali ženskega telesa v preteklih obdobjih. Po mojih opažanjih, je ženska na vseh slikah do 20ih let 20. stoletja upodobljena z zajetnešo postavo. Bolj zaobljeni boki, polne prsi in okrogel trebuh je bila včasih podoba lepe in zdrave ženske. Suhe in koščene so povezovali z boleznijo in revščino.

Kar je danes ideal, se je začelo uveljavljati v dvajestih letih 20. stoletja, z emancipacijo žensk. S tem se je povišalo tudi zanimanje za športno dejavnost, zaposlenost in politična moč žensk. Predstavnice ženskega spola so bile vedno bolj dejavne, mobilne in s tem je bil tudi povezan ideal vitkosti. Pojavil se je tudi film, v katerem so v nasprotju s slikami, lahko opazovali ženske v gibanju (Kuhar 2004: 30).

Najstarejši znan primer ideala ženske postave je kipec Willendorfske venere, izklesan iz apnenca pred približno 30.000 pr.n.št. Imela je obilne prsi, stegna in zadnjica, kar kaže popolno nasprotje današnjemu idealu. Taka ženska je predstavljala izobilje in plodnost. Drugi ideal ženske se je pojavil v času starega Egipta, in sicer podoba Nefretete, Tutankamonove matere, ki je v nasprotju s prej omenjeno Venero. Njen doprski kip kaže vitke, dolge in prefinjene poteze obraza ter telesa. Lepote Nefretete je še danes opevana (Kuhar 2004: 30).

V 15. stoletju so se začela umetniška dela kot so kipi in slike ženskih aktov. Na vseh lahko opazimo, da je ideal zopet bolj podoben Willendorfski Veneri in sicer: hruškasta postava, zaobljen trebuh, ki je bil simbol plodnosti, zajetna zadnjica ter prsi v velikosti ovalnih krogel. Ta ideal se je prenesel naprej tudi v pozni srednji vek, renesanso in v 17. stoletje. Vsa znana dela slikarjev kot sta Peter Paul Rubens (1577 - 1649) in Rembrandt van Rijn (1606 – 1669), predstavljajo ženske z bujnimi telesi. Polne prsi, a vseeno skromne v primerjavi s preostalim telesom. Trebuh in zadnjica, kot sem že omenila, sta bila v tem času precej poudarjena in s svojo kurpulentnostjo predstavljala lepoto, plodnost in zapeljivost (Kuhar 2004: 31).

V drugi polovici 17. stoletja so prsi postale bolj erotične kot trebuh, prav tako zadnjica. Na slikah so večje in bolj poudarjene, v nasprotju z ideali nog, za katere ni bilo enega ideala, uprizarjali so jih bolj skromno, ne kot enega od erotičnih delov ženskega telesa (Kuhar 2004: 31).

V baroku prvič pride do bolj opazne spremembe v idealu in sicer ozek "osji" pas pri ženskah. Nad in pod pasom so bile še vedno bolj okrogle, a z ožjim pasom je videz žensk postal bolj eleganten in spominjal na peščeno uro. V 18. stoletju so bili tako v modi korzeti, podložki za pasom in privzdignjeno oprsje (Kuhar 2004: 31).

Tudi v 19. stoletju so bile kot lepotice opevane ženske z obilenjšimi postavami, slike kažejo še vplive baroka, saj so ženske upodobljene z ožjim pasom kot v 17. stoletju in prej. Dekleta in ženske s povprečnimi postavami, so bile oklicane kot obscene, ker to takrat ni predstavljalo ideal lepote in erotike. V ZDA se je začela širiti priljubljenost gledališč, igralke so bile takrat, v primerjavi z današnjimi modeli, bolj zajetne, cenili so visok apetit, obilico hrane, žensko maščobo pa so imenovali "svilnata plast" (Kuhar 2004: 32, po Stearns, 1997: 11). Še tik pred koncem 19. stoletja so se ženske veselile vsakega pridobljenega kilograma, dodajale podložke in blazine h zadnjici ter vizualno povečevale prsi s podlogami. Obremenjavale so se glede teže v nasprotni smeri kot se danes, in sicer če so bile presuhe. Ko je nastopilo 20. stoletje, so se ideali začeli hitro spreminjati, obilna ženska kaj kmalu ni bila več lepa in sinonim zdravja, temveč je bila debelost vedno bolj nesprejemljiva (Kuhar 2004: 32).

Ko je na sceno stopil Hollywood in ameriška industrija, so se ideali začeli naglo spreminjati. Pred prvo svetovno vojno je bil ameriški ideal "Gibsonovo dekle". Združevala je nekatere značilnosti preteklih let, in nekaj novih. Ozek pas, obilno oprsje, zajetni boki. Atletska, emancipirana ženska, ki je vstopila na trg delovne sile. Po prvi svetovni vojni je ideal zamenjan za podobo suhe, nerazvite žensk, s ploskimi prsmi, dolgimi, vitkimi nogami in deškega videza. Lepoto so merili le po obrazu in nogah, ostale telesne značilnosti so bile v tem obdobju zanemarjene. Pomemben podatek je, da je takrat prvič prišlo do množičnega razširjenja motenj hranjenja. Kar je logično, če so si ženske in dekleta želele telo, ki po naravi ni žensko in so zato morale poseči po skrajnih ukrepih kot je zavračanje hrane (Kuhar 2004: 33).

Po vojni in po emancipaciji žensk, so bile odkrite noge bolj sprejemljive in s tem si je tudi več žensk dovolilo nositi kratka krila. Iz vidika enakopravnosti žensk in napredka

participacije v družbi je to dobra informacija, ampak je s sabo prinesla še en lepotni standard, ki se ga še danes po večini strogo držimo. Poraščene noge niso bile več družbeno sprejemljive. Dolge, vitke noge, ki gledajo izpod mini krila, so morale biti od 20. let 20. stoletja tudi gladke. Do tega prepričanja so družbo pripeljali mediji, saj so z oglasi za depilacijske pripomočke opominjali, da je bil grški ideal ženske lepote neporaščen (kip, izklesan v marmor) (Kuhar 2004: 34).

V tridesetih letih se je "deški ideal" umaknil, na novo so ga pa predstavljale filmske igralkе. Spet je bil moderen ozek pas, ter bujne prsi. Noge so postale nov erotični simbol, enakovreden prsim, oz. so bile skoraj da ne na prvem mestu. Marilyn Monroe se je pojavila v 50. letih in do danes ostala svetovna ikona seksapila in lepote. Bila je prvi model meseca moške revije Playboy in s tem postavila standarde ideala v tistem času. Noge niso bile več toliko pomembne, temveč spet oprsje. Marilyn je predstavljala t.i. "pin-up" dekle. V istem obdobju pa se je pojavil še en ideal telesa in sicer vitko, manj prsato telo. To sta bili npr. Grace Kelly in Audrey Hepburn, ki sta bili simbol prefinjenosti, gracioznosti in prikirte senzualnosti. Maryln je bila predstavnica zemeljske lepote, Grace in Audrey pa bolj duhovne (Kuhar 2004: 34, po Mazur 1986). Jasno je bilo, da se vzornik takratnega časa, ne meče v isti koš, pač pa da vsaka predstavlja svoj ideal ženskega telesa in seksualnosti.

V šestdesetih letih so spet na plano prišla mini krila, s čimer so bile ženske spet bolj obremenjene z videzom nog in bokov. Lepota se je merila s čim ožjimi boki, ter vitkimi in dolgimi nogami. Popularne so postale tudi kavbojke in bikini in spet je bil poudarek na vitki postavi. Pojavila se je potreba po dietah, a do Twiggy, hujše epidemije diet in nezadovoljstva med ženskami ni bilo. Twiggy je bila dekle s 43 kilogrami in 168 cm, ki se je pojavila na naslovnici revij Vogue in Seventeen. Prihajala je iz delavskega razreda in s svojo sliko na naslovnici mladim dekletom sporočala, da se da z vitkostjo v življenju uspeti in krojiti sam svojo usodo. Podoba Twiggy na naslovnici v 60. letih, ima vpliv še danes. To bi označila za prelomnico, ko je ideal vitkega, presuhega telesa postal svetovno znan in zaželen. Kot prve so ga sprejele ženske v Ameriki in takoj za tem še v Evropi. K tem so pripomogli množični mediji in oglaševalci (Kuhar 2004: 35).

V sedemdestih in osemdesetih letih so v veljavo prišla še športno natrenirana ženska telesa, veliko žensk je bilo na dietah, več se jih je ukvarjalo tudi z bodybuildingom. Ideal presuhega telesa s tem ni izginil, a se je le preselil naprej v 90. leta, ko so bili na sceni spet ekstremno suhi modeli. Za dodatek se pojavi "heorinska eleganca", po vzoru Calvina

Kleina, ko so najemali zelo suhe modele in jih "zamaskirali" v stereotipne uporabnike heroína (Kuhar 2004: 35-36).

Danes je videz ranljivega, suhega dekleta iz delavskega razreda še vedno moderen, prav tako telo na katerem so vidni učinki ukvarjanja s športom. Pomembne se tudi obline, tako prsi kot zadnjica, ter svilnato gladke noge, brez odvečne maščobe in celulita.

1.3 IDENTITETA

"Noben drug ne more občutiti mojega telesa, misliti mojih misli, čustvovati mojih emocij in ustvarjati mojih fantazij. To je moje notranje jedro" (Bosma, 1994: 13).

O identiteti je danes vedno več razprav, vedno več teorij strokovnjakov iz različnih področij. Svoje poglede na ta pojem imajo psihologi, sociologi, zgodovinarji, filozofi ipd. V tem poglavju bom poskušala primerjati diskurze identitet različnih avtorjev, njihovih pogledov na to kako se identiteta oblikuje, spreminja in kaj to sploh je, ker se na to vprašanje ne da odgovoriti z enoglasnim odgovorom. Ideja identitete se pojavi že v antičnih tekstih in se skozi zgodovino pojavlja tako v vsakdanjem življenju kot v strokovnih literaturah (Ule 2000: 1).

To, da je postalo oblikovanje pojma identitete v današnjih družbeno - kulturnih pogojih precej zahtevno, nam kaže pogosta raba pomena identitete v raznoraznih razpravah. Poleg znanstvenih, se je vmešal še v politične, medijske in tržne prostore. Na trgu je pojem "novi jaz" nasploh popularen, saj ga promovirajo skozi nakupovalne slogane – nov stil, novi jaz. Torej, tem bolj bomo pripravljeni nakupovati in s tem investirati v našo novo podobo, lažje bomo prišli do nove, drugačne identitete (Ule 2000: 2).

Strinjam se z Ule (2000), ko pravi, da si je nemogoče predstavljati življenje brez vedenja o tem kdo smo mi, kdo so drugi in kdo sem jaz, kot posameznik. Takoj ko nekoga spoznamo, ga umestimo v našo individualno skonstruirano družbeno shemo, kjer lahko ostane ves čas na istem mestu, ali pa ga premaknemo na zemljevidu. Niso redke napake pri ocenjevanju osebe na prvi vtis, zato moramo imeti poti za premike odprte. Identiteta ni samoustvarjena, ampak je družbeno skonstruirana skozi interakcije in institucije. Vse človeške identitete so tudi socialne identitete. Mora biti ustvarjena, nikoli ni končana in nikoli dokončna (Ule 2000:3).

Po Ule (2000), bi definicije identitete lahko razvrstili na zunanjo in notranjo dimenzijo. Prva je osredotočena na kulturne in družbene strukture ter ostale dejavnike, ki vplivajo na to kakšni smo zase in za druge, druga pa na notranje procese v posamezniku. Prav tako opisuje razliko med objektivno in subjektivno identiteto. Objektivna se določa po objektivnih značilnostih kot so fizične in biografske značilnosti, ime posameznika, lahko pa tudi določene psihološke karakteristike z merjenjem postanejo objektivne, npr. stališča in osebnostne lastnosti.

Tudi Berger in Luckmann (1988) sta mnenja, da identiteto oblikuje družbeni proces, v nadaljevanju pa jo družbena razmerja tudi vzdržujejo, spreminjajo ali celo preoblikujejo. Verjameta, da proces poteka tudi obratno in sicer da identitete delujejo na družbeno strukturo kot le-ta deluje na njih – jo vzdržujejo, spreminjajo in preoblikujejo. "Identiteta je pojav, ki nastane v dialektiki posameznika in družbe" (Berger in Luckmann 1988: 161).

Bistvo teorije identitet lahko izhaja iz različnih temeljev glede na področje izvora teorije. Na primer politična gibanja se bodo oprla v definiciji identitete na zgodovinska dejstva ali biološke resnice. Fizično telo ali recimo biološke osnove, vloge spolov, materinstvo so ene od možnosti kako bi lahko označili posameznikovo identiteto. Po drugi strani, iz etničnega in kulturnega vidika, bi bila osnova za določitev identitete pripadnost določeni etnični skupini in kulturno ter zgodovinsko ozadje posameznika. Na svetovni ravni se vedno bolj pojavljajo dileme o nacionalnih in etničnih identitetah, na lokalni ravni pa o osebnih identitetah, npr. znotraj intimnih razmerij in spolnih politik (Woodward, 1997).

1.3.1 Socialna identiteta

Socialno okolje določa kategorije oseb, ki jih bomo najverjetneje srečali v tem okolju. Prvi vtis nam omogoči, da pri neznancu predvidimo njegovo socialno identiteto, torej njegove osebne in strukturne lastnosti. Na podlagi naših opazovanj imamo tudi določena pričakovanja in zahteve do te osebe. Torej, neznanca smo ocenili izključno na podlagi njegove pojave in naše percepcije te podobe. Določili smo njegovo navidezno socialno identiteto, saj je bila konstruirana na podlagi naših domnev. Njegova dejanska socialna identiteta bi bila določena na podlagi karakteristik, ki bi jih lahko dokazali (Goffman 1963: 12).

Goffman (1963) razdeli socialno identiteto še na virtualno in aktualno. Virtualna identiteta temelji na lastnem dojemanju sebe kot osebe, aktualna pa kako nas vidijo ostali, družba. Naše virtualne identitete temeljijo na naši želji po tem, da bi sebe predstavili v družbi kot 'normalno' osebo, vredno biti polno vključena v družbo.

Iz bolj psihološkega vidika, je Kobal (2003) povzela definicijo Tajfla in Turnerja (1979), ki pravi, da je socialna identiteta: *"...prvina identitete, s pomočjo katere se posameznik prepozna v ožje zaželeni skupini, ki jo primerja s širšo zaželeno skupino. S tem mehanizmom prepozna svoje mesto tudi v širši družbeni skupnosti."*

1.3.2 Identiteta skozi medije in kulturo

Predstava oziroma prikaz medijev vsebuje ključne prakse in simbolične sisteme skozi katere se producira pomen in umestitev nas kot oseb. Ustvarjajo različne možnosti, kaj smo in kaj še lahko postanemo. Kot kulturni proces osnuje individualne in kolektivne identitete ter ponudi odgovore na vprašanja kot so: kdo sem jaz?; kaj bi lahko bil/a?; kdo hočem biti? Tako ustvarijo položaje, na katere se lahko posameznik umesti in od tam deluje. Primer: pripovedna nit telenovel in semiotika oglaševanja je pomagala skonstruirati spolne identitete. Mediji nas oskrbujejo z informacijami, ki nam povedo, kako bi bilo, če bi bili določena oseba na določenem položaju; skrben starš, uporniški najstnik, uspešen podjetnik, itd. To nas privede do problema identifikacije posameznika. Pojem identifikacije opisuje proces identificiranja z drugimi, na podlagi razlik in ločevanja, ali kot rezultat zaznanih podobnosti z drugimi.

Kultura oblikuje identiteto skozi ponujene možnosti da postanemo eden od zaželenih osebkov. Jonathan Rutherford pravi: *"Identiteta označuje križišče naše preteklosti s socialnim, kulturnim in ekonomskim kapitalom, ki ga imamo zdaj."*

1.3.3 Skupinska identiteta

Posameznik je vedno vpet v mrežo raznovrstnih družbenih odnosov, kjer nosi v sebi več skupinskih identifikacij. Gre za koncept odbojnost – privlačnost po Durkheimu, proces kjer skupnost ali družbena skupina zagotavlja identiteto posamezniku in s tem ima posameznik ne le pravice, temveč tudi dolžnosti do skupnosti, ko sprejme zagotovljeno identiteto (Praprotnik 1999: 20).

Potreba po pripadnosti in občutenju identitete izhaja iz temeljev človekoga obstoja. Da je posameznikova eksistencialna potreba res tako pomembna in nujna, nam pokažejo dejstva, da so ljudje pripravljeni zagrešiti kriminalno dejanje, tvegati svoja življenja, se odreči ljubezni samo s tem namenom, da bodo pripadali določeni skupini, bili sprejeti v krog "svojih" in dobili občutek istovetnosti, pa čeprav lahko da samo navidezne (Praprotnik 1999: 21). Skupinske identitete so bolj pomembne kot se zavedamo. Občutek pripadnosti določeni skupini da posamezniku v življenju določene cilje, vrednote, smisel vztrajati. Lahko je bolj pomemben od materialnih dobrin, ki so na prvi pogled edine nujne za preživetje.

Občutek pripadnosti posameznik razvija v nenehnih socialnih interakcijah z drugimi, v katerih se prepozna kot podobnega in pripadnega drugim (Kobal 2001: 32 po Lipiansky, 1992). »Subjekt pridobi lastno identiteto s procesom diferenciacije, z označevanjem razlike med seboj in svojim lastnim okoljem z namenom, da bi sam našel mesto v označevalni verigi« (Praprotnik 1999: 36-37).

1.3.4 Spolna identiteta

Na podlagi filozofije Aristotla, je Praprotnik (1999) opisal ženskost kot: *"Če nekaj misli, dela ali govori ženska, potem pač to mora biti ženska"*. Enako pravi, velja tudi za moške. Različne ideje o tem, kaj je spol, kaj in kdo sta moški in ženska, ne temeljijo samo na bioloških karakteristikah, ampak predvsem na socialnih in kulturnih procesih. Opre se tudi na Foucaulta, ki poudari, da spol ni biološka prvina, ampak je produkt družbenih praks.

Že sama raznovrstnost pomena ženskosti in moškosti v različnih kulturah nam lahko pove, da ni univerzalnih bioloških pravil in definicije teh pojmov. Biološke razlike ne morajo določati socialnih konstruktov in ne more obstajati enoten imenovalec pomena, pripisanega kategoriji "moški" ali "ženska" (Praprotnik 1999: 128, po Moore: 814).

Ženske se opredeljujejo z nekaj samoumevnimi ženskimi značilnostmi. Niso definirane strogo le kot estetski spol, ampak so prekomerno definirane tudi na področjih popolnoma vsakdanjih stvari. Medtem moški predstavljajo neko univerzalno identiteto, skupino. Spol je soodvisen, kar pomeni, da ženski ne obstaja brez sovplivov moškega in obratno. Že samo sobivanje različnih spolnih ideologij kaže na njihovo družbeno pogojenost in s tem povezano realnost, ki jo reproducirajo (Praprotnik 1999: 129).

Kobal (2001) povzame Eriksona (1959), ko pravi, da se posameznik v mladostništvu znajde na razpotju ali bo poustvaril samopodobo oziroma identiteto, s katero se bo uspešno prebijal skozi nadaljne faze ali bo prišlo do zmedenosti v identiteti, ko ne bo vedel, kdo je, kaj hoče in se bo znašel v težavah, ko bo moral prevzemati naloge, ki jih pričakujemo od odrasle osebe.

1.3.5 Globalne in lokalne identitete

Zaradi globalizacije danes, predvsem med mladimi, vedno več občutka negotovosti. Arnett (2002) je zapisal, da se morajo ljudje spoprijeti z izzivom prilagajanja ne samo svoji domači kulturi, temveč tudi svetovni, ki jo po svetu hitro širi globalizacija v še tako odmaknjene in samosvoje kulturne predele. Predvsem adolescenti danes razvijejo bikulturno identiteto. To pomeni, da del njihove identitete pripada domači kulturi, drugi del pa se prilagaja globalnim standardom. Mogoče jim uspe vzpostaviti križno oz. mešano identiteto, v kateri so elementi tako globalne kot lokalne situacije. Če jim to ne uspe, lahko pride do krize identitete oziroma do zmedenosti med mladimi ljudmi, predvsem v nezahodnih kulturah; kdo sploh sem? Ker se nekatere avtentične domače kulture začnejo spreminjati zaradi vpliva globalizacije, se lahko mladi znajdejo v položaju ko ne vedo več kam spadajo, se nikjer ne počutijo doma (Hermans in Dimaggio 2007: 34, po Arnett 2002).

"Izkušnja negotovosti" kot jo poimenujeta Hermans, Dimaggio (2007: 31-61), označuje svetovno situacijo zapletenosti, ki ne dovoli ustalitve pomena, nima glavnega pravila, ki bi odločal, in je predvsem nepredvedljiv. Ni nujno, da ta občutek na posameznika vpliva slabo. Za veliko ljudi jim odpre dodatna vrata v svet priložnosti, novih idej, raziskovanj, kontaktov ipd. Zgodi pa se tudi, da se občutek negotovosti prevesi še v negotovost in nemir. V takih primerih veliko ljudi najde oziroma razvije lokalne niše, v katerih poskušajo spet najti neko pripadnost, varnost in gotovost (Hermans in Dimaggio 2007: 34, po Adams, 2004; Giddens, 1991).

Globalizaciji se kot protisila postavlja lokalizacija. Kjer izzove ljudi, da sežejo onkraj znanega, sebe in svoje identitete, torej njim znane kulture in vrednot, se pri posameznikih pojavi občutek negotovosti. Takrat jih to motivira za vzdrževanje, obrambo in tudi širjenje svoje lastne kulture, ter s tem varnosti, sigurnosti in ohranjanje stabilne identitete. Iz dialoškega pristopa gledano, je ta občutek prvotna značilnost dialoškega jaza ("dialogical self"). Glede na poglede Bakhtina (1973, 1981), James (1890) in Mead (1934), je to

sebstvo odprto raznim priložnostim, dvoumnim drugim, usmerjeno v prihodnost, ki je predvsem neznana. Ta negotovost nas spodbuja h kreativnosti, odkrivanju novih poti, ter po drugi strani poveča tveganje po obrambnem zaprtju jaza ter krivični prevladi enega glasu čez vse ostale.

1.3.6 Večglasen in dialoški jaz

Glavna nit tega koncepta je, da globalno-lokalna povezava zahteva dialoško sestavo jaza in identitet. Za to obstajajo trije razlogi, ki jih bom povzela po Herman in Dimaggio (2007) ter v nadaljevanju opisala.

- **Večglasnost jaza**

V današnji globalizirani družbi posamezniki in skupine niso več prizemljeni v eno homogeno kulturo, ki je postavljena proti drugim kulturam, oziroma se od njih vidno razlikuje, pač pa živijo na površju večih kultur. Povečana povezanost narodov in kultur ne pomeni samo večjega kontakta med različnimi etničnimi skupinami, ampak tudi večji kontakt kultur znotraj enega posameznika. Torej, več kultur pride v stik znotraj identitete enega posameznika. Tak stik lahko privede do mnogokratne identitete: poslovni predstavnik izobražen v francoskem šolskem sistemu, ki dela za kitajsko podjetje ali angleško govoreči zaposleni v Indiji, ki doma preko interneta ponujajo storitve učenja različnih storitev mladim v ZDA. Fokus tukaj je na multikulturnih procesih, ki vodijo v različnost kulturnih položajev znotraj posameznika. Takšne pozicije oziroma glasovi se lahko prepletejo v skupna pogajanja, strinjanja, nestrinjanja, napetosti in konflikte. Primer nemškega poslovneža, ki je po zgledu svoje kulture vaje podati svoje iskreno mnenje tudi v primeru nestrinjanja, je zaposlen v iranskem podjetju, kjer je ugotovil, da tam tega ne spoštujejo in da je bolje biti ustrežljiv. Ti primeri nam pokažejo, da so različni kulturni glasovi vpleteni v različna dialoška razmerja in ustvarjajo pozitivne ali negativne pomene ter področja negotovosti (Hermans in Dimaggio 2007: 35).

- **Dialoška zmogljivost**

Svetovna družba stoji na močnih kulturnih razlikah, nasprotjih in opozicijah. Samo osnovne razlike zahtevajo od nas dialoške pristope v razmerjih in prav tako v sebi, da se lahko spopademo s kontrasti, napetostmi in negotovostjo. Kadar postane svet bolj heterogen in mnogoter, takšni postanemo tudi mi kot del tega sveta. Znotraj nas se tako

lahko pojavijo večje razlike, ki povzročijo da del našega jaza prevlada nad ostalimi, šibkejšimi deli. Zaradi vse večjih kulturnih razlik in pritiskov znotraj nas samih, je za spopadanje s tem potrebno imeti dobro razvito dialoško zmogljivost. To zahteva sestavo jaza v katerem so procesi vprašanj in odgovorov, strinjanj in nestrinjanj ter pogajanj med različnimi vlogami identitete prepoznani kot osnovne poteze reševanja težav (Bertau, 2004; Hermans, 1996).

- **Drugačnost**

Spet smo pri razlikah, ki so nam v današnjem svetu izziv ali prepreka. Tako kot je pomembno sprejemanje kontrastov v družbi, je prav tako pri interakciji z drugim posameznikom. Znati moramo prepoznati in se odzvati na drugega ali skupino v njegovi drugačnosti. Prenovljeni dialog lahko opišemo kot pojav ko sta govorec in poslušalec sposobna prepoznati perspektivo druge stranke v njihovem pojmovanju resničnega in pravilnega ter sta pripravljena spremeniti ali prilagoditi prvotno stališče glede na predhodne izjave drugega (Hermans in Dimaggio 2007, po Markova 1987).

Sprejemanje drugačnosti je glavna sestavina dobro delujočega dialoga v globaliziranem svetu, ker se posamezniki in družbe soočajo z razlikami, ki jih mogoče takoj ne razumejo, ampak se lahko skozi dialog pokažejo kot bolj razumljive in pomembne.

Povzeto po Hermans in Hermans (1996b, 2001), Kempen in Van Loon (1992) sta Hermans in Dimaggio (2007) v svojem članku predstavila še en pogled na dialoški in večglasni jaz oz.sebstvo. In sicer so naštetih avtorji dialoški jaz opisali kot mnogoternost *jaz-položajev* v razumu enega, ki je prepleten z razumi drugih. Položaji niso samo notranji (jaz kot žena, jaz kot študent, jaz kot plesalka), ampak tudi zunanji (jaz kot moj mož, jaz kot moji otroci, jaz kot moja država). Dialogi se lahko pojavljajo med notranjimi položaji (konflikt med položajem matere in polno zaposlene znanstvenice), med notranjimi in zunanjimi položaji (pogovor s kolegom o skupnem projektu) in med samo zunanjimi položaji (nestrinjanje mojih učiteljev glede verske tematike). Torej osebni "glasovi" ostalih posameznikov ali skupin vstopijo v osebni prostor in tvorijo pozicije, ki se strinjajo ali nestrinjajo oziroma si nasprotujejo ali se združujejo. V nadaljevanju bom pojasnila kaj to lahko pomeni za mlade iz etničnih skupin, ki živijo v krogu svoje kulture, a na ozemlju kjer prevladujejo standardi Zahoda.

Ko pride do globalizacije se lahko zgodi da je razum, mnenje posameznika polno različnih jaz-položajev, ki zahtevajo da se jaz reorganizira v skladu z njimi. Ko je posameznik soočen z bogato širino družbenih skupin in kultur postane repertoar precej obremenjen z izbiro možnim jaz-pozicij in takrat lahko pride do "preskoka položajev" (selitev v tujino, kozmetične operacije,...) (Hermans, 2001).

1.3.7 Globalizacija, lokalizacija

Opazovanja različnih avtorjev (Geshiere 1999, Obeysekere 1977, Robertson 1995), kažejo na to, da se globalizacija in lokalizacija na nek način dopolnjujeta, sta vsaka na svoji strani istega kovanca. Ta koncept so poimenovali 'glocalisation' oz. glokalizacija. Shafer (2004) pravi, da je še nedolgo nazaj slika zgodovine človeka pokazala majhno število velikih civilizacij in veliko število majhnih civilizacij. Danes živimo v globalno razširjeni civilizaciji z veliko majhnimi kulturami. Internet je izpostavil kot primer interakcije globalne in lokalne kulture, saj je razširjen po celem svetu, a uporabniki vsi prihajajo iz svojih kultur in vsebina je na vsakem delu prilagojena potrebam ljudem v določeni kulturi.

Torej, globalizacija je prikazana kot neke vrste prečkanje mej in s tem pot do interkulturnega in internacionalnega znanja, povezav in izmenjav. Lokalizacija pa predstavlja skupek navad in običajev, ki izhajajo iz določenih krajev, religij in kultur. Ta dva pojma se ne izključujeta, pač pa sobivata in se dopolnjujeta (Hermans in Dimaggio 2007).

1.3.8 Raznolikost kultur – raznolikost idealov

Kljub vse večjemu vplivu globalizacije, medijev in s tem zahodne družbe, nas še vedno obkroža nemalo kultur s svojimi avtentičnimi vrednotami, običaji, prepričanji in stališči, ki so nam neznane. Kot sem opisovala v poglavju o spremembah telesnih idelaov skozi zgodovino, nam je znano, da so obstajali časi in še vedno živijo kulture, ki imajo ideal drugačen od vsesplošno priznanega zahodnega lepotnega ideala. Tudi v Sloveniji živijo etnične manjšine z drugačnim pogledom na telo, žensko, spolne vloge ipd., ampak ker se vplivi Zahoda tako agresivno širijo v vse več kotičkov sveta, se morajo spopadati z dvojnimi merili, saj so vsakodnevno vključeni tudi v našo kulturo, ki ima od članov svoja pričakovanja.

Vsaka etnična skupina sledi svojim lepotnim idealom, pravita Sepúlveda in Calado (2012: 51) v svojem članku o globalizaciji. Kot primer sta navedla, da so v Kitajski kulturi ideal lepote pri ženski majhna stopala, v Arabskem svetu Henna poslikava in v Afriki brazgotinjenje telesa. To so ene izmed bolj ekstremnih razlik idealov ženskega telesa, a s tem si lahko najlažje vizualiziramo kaj pomeni razlika v lepotnem idealu različnih kultur. Zaradi dinamike globalizacije in dostopa do zahodnih obveščevalnih sporočil, se je pojavilo prepričanje, da je lepotni ideal po svetu povsod enak. Ti socialni faktorji, so razširili evropsko centrirani ideal preostalem svetu (Sepúlveda, Calado 2012: 51).

To pomeni, da nezahodne etnične skupine prevzemajo zahodni koncept lepote. Kaj je videno kot lepo, postaja vedno manj raznoliko. Razlog za to je, da zahodna kultura agresivno širi svoj vpliv na nezahodne etnične skupine. To se dogaja večinoma skozi medije, kateri ji dajejo možnost, da komunicira neposredno z večjim občinstvom. Mediji so postali močnejši kot kadarkoli prej in s tem imajo sposobnost vplivati na naše razmišljanje in percepcijo dogajanja okoli nas (Power, 2011).

Kot primer navedem raziskavo Temple University (2007), v kateri so prišli do zaključkov, da je lahko prekomerno težek otrok še vedno nesrečen in nezadovoljen sam s svojim telesom, kljub temu da je v krogu svoje etnične skupine sprejet. To dokazuje, da je globalna kultura enako pomembna kot lokalna oziroma domača kultura, kljub temu da imata pogled na popolnost drugačen. Mlada dekleta seveda želijo biti vključena in sprejeta v obeh družbah, tako doma kot med prijatelji in širšo družbo, ki je pod vplivom Zahoda. Problem se pojavi ravno pri različnih pričakovanjih in lepotnih standardih globalne in lokalne kulture (Hermans, Dimaggio 2007). Da bi ustrezali obema, bi morali razviti dve različni telesi, kar pa vsi vemo, je nemogoče.

Za veliko večino ljudi zelo pomembno vlogo v našem življenju igra socialna mreža, v kateri se vsakodnevno giblamo, prav tako družina in družinske vrednote. Zgodi se, predvsem pri etničnih manjšinah v določenih državah, da ima družina drugačne vrednote in stališča od naše mreže zunaj doma. Kot primer lahko navedem izsledke raziskave mojega študija v Amsterdamu, kjer sem se osredotočila na manjšino iz Surinama, ki živi v Amsterdamu. Tradicionalne vrednote surinamske družine so drugačne od nizozemskih, ki so pretežno podobne zahodnim. Družina ima v Surinamu prvo mesto pri vseh družinskih članih. Skupno družinsko kosilo in večerja, sta nujen dnevni opravke, v nasprotju z Nizozemci, ki jedo bolj ali manj zato, da niso lačni, ne z namenom druženja in preživljanja

časa z bližnjimi. Prav tako se razlikujejo v telesnih idealih: dekleta iz Surinama so povedala, da so njihove ženske lepe, ko imajo bolj zaobljeno postavo, polno zadnjico in trebuh, medtem ko Nizozemke spet sledijo zahodnemu standardu.

Za mlada dekleta je lahko zelo pomembno, sploh v obdobju mladostništva, da so sprejeta s strani prijateljev, sošolcev in prav tako s strani družine. Imajo željo po pripadanju v lokalni in globalni svet, ki jih obkroža. Če pride do nasprotujočih si idealov in vrednot, mora v sebi oblikovati dve identiteti, eno za družino, drugo za prijatelje, oziroma dialoški jaz, o katerem sem pisala v enem od prejšnjih poglavij.

Če povzamem ta koncept, smo ugotovili, da zaradi vse večjih vplivov globalizacije, v posameznike vdirajo določena prepričanja in diskurzi, ki se jih za sprejetost v današnjo družbo skoraj morajo držati. Če prihaja človek iz kulture, ki je različna zahodni, se mora le-tej korak za korakom adaptirati. Del identite ostane vkoreninjen v domačo, lokalno kulturo, drugi del pa se prilagodi globalni situaciji. Uspešno združena ta dva dela globalne in lokalne situacije, smo poimenovali križna identiteta, (Hermans in Dimaggio 2007).

1.3.9 Problem stigmatizacije in identitete

Zaradi družbe polne predsodkov, so pripadniki etničnih manjšin v naši državi s strani "lokalnih" prebivalcev precej diskriminirani. Stigma, ki se jih drži, prav tako vpliva na njihov odnos do identite in družbe v kateri živijo ter na medosebne stike v svoji socialni mreži. Zato bom v nadaljevanju povzela avtorici Brendo Major in Laurie T. O'Brien, ki sta zapisali članek o vplivu stigme na posameznikovo identiteto (2004), da si lahko z bolj psihološkega vidika lažje predstavljamo s čim se spopadajo pripadniki stigmatiziranih skupin.

Stigma posameznika, vpliva na to kako stigmatizirani doživljajo predstave drugih o njih, njihove interpretacije družbenih kontekstov, motivov in ciljev. Ta koncept predvideva, da stigma posamezniku predstavlja grožnjo socialne identitete. Crocker in Major (1989), predpostavljata, da stigmatizacija ogroža samozavest posameznika in s tem vodi do negotovosti, kar pa vpliva na osebno in socialno identiteto (Major, O'Brien 2004).

Odzivi na ogroženo identiteto so lahko nenamerni ali namerni. Prvi so čustvene, psihološke in vedenjske narave, ki ne služijo reševanju stresnih situacij, namerni odzvi oziroma

dejansko spopadanje pa regulirajo občutke, obnašanje in okolje v primeru stresnih dogajanj in okoliščin (Compas, 1999).

Skupinska identifikacija – posamezniki, ki sprejmejo svojo stigmatizirano socialno identiteto kot prvinsko značilnost svoje osebne identitete, se bodo v veliki večini videli kot tarča posmeha in diskriminacije. Prav tako lahko dogajanja povezana s stigmo zamenjajo s svojimi osebnimi značilnostmi in osebnimi okoliščinami. Posledično imajo precej nižjo samozavest, zaradi prejetih predsodkov proti "njihovi" skupini (McCoy in Major 2003).

Področna identifikacija – posamezniki, ki se močno identificirajo na področju, kjer je njihova skupina stigmatizirana, bodo bolj verjetno reagirali tako kot se od njih pričakuje, da bi na nek način obvarovali svojo identiteto (Aronson 1999; Steele, 2002).

Zaključila bi s tem, da se raziskovalci strinjajo z idejo, da se identiteta ne rodi z rojstvom človeka, ampak nastaja skozi družbene procese in diskurze. Neprestano redefiniramo samega sebe in se umeščamo v neko zgodbo o naši identiteti. Brez "dela", identitete ni mogoče vzpostaviti. Vase sprejemamo vplive različnih kultur, socialnih kontekstov, družbenih skupin, mi pa prav tako vsak po svoje prispevamo k njihovi pestrosti in raznolikosti.

1.4 SAMOPODOBA

"Telo in duševnost sta med seboj povezana v obeh smereh. Le skupaj sestavljata neokrnjeno celoto, ki je osnova in pogoj za vse človekove dejavnost" (Tomori, 1990).

V preteklosti se je precej raziskovalcev in filozofov kot so Freud, Mead, Hartmann idr. ukvarjalo z definiranjem pojma samopodoba. Govorili so o sebstvu kot objektu, čistem egu, alter-egu, stanju individuuma itd. Sama se bom osredotočila bolj na psihološke in sociološke poglede in razlage samopodobe.

Kobal Darja (2001: 24) povzame definicijo Rodriguez – Tome (1972), kateri samopodobo najprej razdeli na čisto podobo in socialno samopodobo. Čista podoba je celota osebnostnih potez, značilnosti, navad, stališč in sposobnosti, ki jih posameznik pripisuje sam sebi in ki so povezani tudi s telesno podobo. Socialna samopodoba pa je skupek posameznikovih prepričanj o tem kaj drugi mislijo o njem. Pri tem gredo nakateri raziskovalci še naprej in raziskujejo kako vplivi okolja vplivajo na to, kakšno mnenje ima posameznik o samem sebi, drugi pa ostajajo na individualni ravni, kjer vplivov na

posameznikovo mišljenje ni. Torej vse skupaj je morje odnosov, ki jih posameznik vzpostavlja do samega sebe. S celoto pojmovanj stališč, sposobnosti in doživljanj uravnava ter usmerja svoje ravnanje in povezuje svoj vrednostni sistem s širšim družbenim sistemom (Musek, 1992; Kobal 2003).

Zanimivo se mi tukaj zdi omeniti definicijo identitete po Eriksonu (1959), ker je po karakteristikah podobna zgoraj navedeni definiciji samopodobe. Pravi, da je identiteta izrazito socialen in dejaven proces, v katerem se posameznik opazuje, vzpostavlja določene samopredstave in na podlagi tega tudi ocenjuje samega sebe. Ti psihosocialni procesi se odvijajo v odnosu z drugimi na dveh precej nezavednih ravneh (Kobal 2001: 26, po Erikson 1959).

Na prvi ravni se posameznik ocenjuje v skladu s sodbami, ki jih doživlja in za katere misli da jih imajo o njem drugi. Drugi pa tvorijo predstave o njem na podlagi primerjave sebe z njim, sebe z drugimi člani skupine in sebe z idealno samopredstavo in predstavo o drugih. Na drugi ravni pa posameznik presoja presoje drugih, ki misli da jih imajo o njem. Sodbe vzpostavlja na podlagi primerjave samopredstave s predstavo, za katero meni, da jo imajo o njem drugi, na podlagi primerjave sebe z drugimi in na podlagi primerjave sebe z idealno predstavo drugih in samopredstavo (Kobal 2001: 26).

1.4.1 Kulturno opredeljena samopodoba

Prva, ki sta sprožila vprašanje o vplivu kulture na osebnost, samopodobo oz. identiteto sta bila Schweder in Bourne (1984), ki sta na osnovi izsledkov raziskave izvedene med Indijanci, povzela, da posamezniki svoje osebnosti niso opisovali na podlagi osebnih trajnih lastnostih, ampak so bili prepričani, da se oblikujejo na podlagi socialnih odnosov v katere so vključeni. S tem sta sprožila vrsto raziskovanj na temelju predpostavke da sta osebnost in samopodoba socialni konstrukt. Nadaljni val raziskovanja sta sprožila H. Markus in Kitayame (1991), ki sta objavila članek, v katerem razlikujeta neodvisno in avtonomno samopodobo ("zahodna") ter kolektivistično in soodvisno samopodobo ("vzhodna"). V zahodni kulturi naj bi bile poudarjene vrednote kot so neodvisnost in tekmovalnost, v vzhodni pa družinske vrednote, soodvisnost in skupinsko delo (Kobal 2003: 37).

Individualna samopodoba se nanaša na neodvisne vidike osebnih kvalit, ki niso neposredno povezane z drugimi osebami – biti pameten, pošten, iskren, kolektivna samopodoba se nanaša na kolektivne vidike jaza – biti član družine, kluba, javna samopodoba pa je odraz našega mnenja o tem kako nas zaznavajo drugi. Triandis je ugotovil, da bolj kot je kultura kompleksna, individualistična in ohlapna, bolj je pri posameznikih izražena individualna in manj kolektivna samopodoba (Triandis 1989). Kulturna kompleksnost se glede na število skupin in vlog, ki jim posameznik pripada, spreminja. Večim družbenim skupinam posameznik pripada, manjša je zavzetost posamezni skupini in večja kompleksnost kulture (Kobal 2003: 41).

1.4.2 Adolescenca in razvoj samopodobe

Razvoj samopodobe naj bi se v adolescenci zaključil. Adolescenca oziroma mladostništvo je obdobje, v katerem posamezniki privzamemo lastne spolne vloge in ponotranjimo lastne identitete, v katerih se dojemamo kot avtonomne in samostojne osebe, čeprav smo v svojem delovanju še vedno precej odvisni od okolja (Kobal 2001: 59, po Anatrella 1993). To obdobje označuje napredek v razvoju kognitivnih sposobnosti in psiholoških značilnosti med katere spada tudi integrirana samopodoba in identiteta. Za obdobje začetka obstaja več teorij; nekateri pravijo da nastopi pri 12 letih, drugi da šele pri 15,16 letih, konča pa se okoli 23. ali 25. leta.

Skupna definicija različnih opredelitev mladostništva pravi, da je to "[...] obdobje in proces duševnega dozorevanja iz otroka v odraslega. Proces dozorevanja poteka preko medsebojnega delovanja med otrokom in njegovim predmetnim in družbenim okoljem. Od odvisnosti in zaščitenosti v lastni družini mora posameznik preiti na samostojno odločanje in delovanje ter skrb za druge, to pa zahteva reorganizacijo odnosa do sebe in sveta, pridobitev mnogih novih stališč in zmožnosti" (Horvat & Magajna, 1987: 234).

V mladostništvu se posamezniki soočajo s precej zahtevnimi razvojnimi nalogami. To so iskanje lastne identitete oziroma samopodobe, odnosa do lastnega telesa in oblikovanja spolne vloge, odnosov z vrstniki, s starši in drugimi avtoritetami, odnos do prihodnosti – študij, poklic, družina, ustrezen vrednostni sistem in lastna moralna načela (Kobal 2001 po Horvat, Magajna, 1987; Žmuc-Tomori, 1983).

Coleman (1978) je predstavil štiri glavna področja, ki so ključna za razvoj mladostnikove identitete. To so telesna samopodoba, kognitivne sposobnosti, socialni odnosi in sebstvo (jaz). Sledijo si v določenem časovnem zaporedju, povezana pa so s štirimi temeljnimi razvojnimi nalogami, ki so telesni, kognitivni in socialni razvoj ter oblikovanje identitete (Kobal 2001: 64). Vse te naloge se medsebojno prepletajo in sooblikujejo samopodobo mladostnika.

Začela bom z razlago drugega razvojnega področja oziroma nalogo, ki zajema kognitivni razvoj posameznika. Torej fokus na samem sebi, sposobnost formalnologičnega razmišljanja, moralno presojanje, obvladovanje emocionalnega razmišljanja itd. Skladno s tem se prepleta tudi tretja naloga in sicer socializacija, ki pomeni predvsem prehajanje h odgovornjšim socialnim vlogam (Kobal 2001:65, po Palmonari, Pombeni in Kirschler 1992).

1.4.3 Telesna samopodoba

Prvo področje razvoja človeka zajema spremembe v telesnem razvoju in vpliva tudi na mladostnikovo telesno samopodobo (Kobal 2001, po Hurlock 1959). To je oznaka za notranjo predstavo posameznika o lastnem zunanem videzu (Tomori 1990: 6, po Thompson idr. 1999: 4). Oblikuje se tako na podlagi zaznav mladostnika, kot tudi na osnovi bolj ali manj stereotipnih odzivov drugih oseb na spremembe mladostnikovega telesa. Kako človek doživlja predstave drugih o sebi, je predvsem odvisno od tega kakšno predstavo ima on o sebi (Kobal 2001: 65 po Maisonneuve & Bruchon – Schweitzer, 1981; Schutzenberger, 1986; Tomori 1990). Torej ni samo skupek resničnih potez in vidnih značilnosti posameznikovega telesa, ampak bolj njegov čustveni odnos do njih in pomen, ki ga imajo zanj neposredno in v svoji simboliki (Tomori 1990: 16).

Ta notranji pogled na lastni videz, ki ga opisujemo kot telesno samopodobo, je povezan z občutki in mislimi, ki v določenih situacijah lahko vplivajo na vedenje. Občutki glede ocene zunanjega videza so lahko pozitivni ali negativni, tako kot je lahko telesna samopodoba pozitivna, in s tem posamezniku pomaga k bolj uspešnim medosebnim stikom z drugimi, višje samospoštovanje, ali negativna, ki lahko našo samozavest in samovrednotenje tako zamaje, da se v socialne stike sploh ne želimo več vpletati. Vpliva na človekovo vedenje, samovrednotenje, doživljanje drugih in kot sem že omenila posledično tudi na medosebne odnose. Če gre ta negativa in zaskrbljenost z lastnim

zunanjim videzom v ekstreme, lahko govorimo tudi o *motnji telesne dismorfije*. Telesna samopodoba je pomemben sestavni del celotne samopodobe posameznika, ki se povezuje že z osebnostnimi potezami, motivi ter zadovoljstvom in nezadovoljstvom s samim seboj (Kuhar 2004; Tomori 1990).

Telesna samopodoba je družbeno konstruirana izkušnja, na katero vplivajo družbeni oz. kulturni faktorji. Fallon, ki jo povzame Kuhar (2004), jo definira glede na dožemanje svojega telesa in presojo kako drugi dojemajo naše telo. Torej, kaj mi mislimo, da drugi mislijo o naši telesnem videzu. Lahko se seveda spreminja, iz pozitivne v negativno in obratno, prav tako je dovzetna za spremembe, ki so posledica socialnih izkušenj in novih informacij (npr. medijske prezentacije teles). V večini je odvisna od kulturnih standardov in s tem določenih definicij privlačnosti in zaželenosti. Posameznik tudi sam presoja, v kolikšni meri se ujema s standardi družbe v kateri biva, ter kako pomembno je to zanj osebno in za ljudi, ki ga obkrožajo (Kuhar 2004: 86-87). Bolj kot stvarno stanje, na telesno podobo vpliva človekova subjektivna predstava realnosti in relativno mnenje o svojem telesu (Tomori 1990: 19).

Iz te predpostavke se lahko navežem na telesno shemo, o kateri govori Tomorjeva (1990), ki pravi, da je to razumska predstava, ki jo ima človek o svojem telesu. Je rezultat učenja in ustvarjanje določene slike o svojem telesu iz informacij, ki jih posameznik dobi iz okolja. Otrokova telesna shema je precej manj kompleksna od sheme odraslega, kar jasno kaže na pomembnost vpliva zunanjih kulturnih, socialnih in političnih dejavnikov na oblikovanje naše telesne samopodobe. Do obdobja odraslosti smo vase vsrkali že precej čustvenih izkušenj povezanih z našim telesom, katerih se niti ne zavedamo. V to bi lahko umestili raznorazne težave in prijetna občutja, opazke, dvome, stiske, primerjave z drugimi ipd. Vsi te dejavniki na vsakega posameznika vplivajo povsem na svoj način in s tem tudi na zadovoljstvo ali nezadovoljstvo ter na pozornost človeka na njegovo telo na poseben, za vsakega unikaten način.

Zadovoljstvo s telesno podobo je precej odvisno tudi od samospoštovanja. Ta se gradi na različnih virih, kot so medosebni odnosi, čustvene povezave z drugimi ter razmerje med tem kaj smo si v življenju želeli doseči in postati, in do česa smo dejansko prišli. Več kot ima posameznik odprtih poti za zadoščanje svojih potreb in samopotrjevanja, manj ga zunanja podoba ovira pri samovrednotenju, kljub današnjim strogim kulturnim merilom (Tomori 1990: 36).

Predvsem imajo pomembno vlogo pri telesni samopodobi tudi mediji. S svojim predstavami in širjenjem zelo težko dosegljivih idealov, se posamezniki ves čas primerjajo s telesno postavo, do katere jim vedno manjka samo še nekaj, pa spet še nekaj itd. Ne smemo pozabiti, da pomembno vlogo igrajo tudi osebnostne značilnosti in pa pretekle izkušnje na področju kritik/pohval telesa. Kdor je bil že v otroštvu deležen več kritik svojega zunanjega videza, mogoče samo na videz nedolžnih komentarjev v hecu, je lahko v nadaljnjih obdobjih v življenju precej bolj ranljiv in občutljiv na zunanje vplive, ki oblikujejo telesno samopodobo.

Sodobnejši pojav samopodobe, v katero se vpletajo najrazličnejše individualne in socialne vloge, situacije, zaznave in ocene sebe ter drugih ljudi in dogodkov imenujemo **skrpna samopodoba** (*jungle of the self, patchwork identity* (Beck, Beck-Gernsheim 2002, *bricolage identity* (Lash 2002)). Sestavljena je iz različnih življenjskih kontekstov in ozadij, ter po mnenju psihologov človeku omogoča odprtost, sposobnost za prilagajanje in predvsem felksibilnost, večplastnost ter hitro odločanje (Kobal 2003: 183).

1.5 TELESNA IDENTITETA V SOCIALNEM DELU - MOTNJE HRANJENA KOT POSLEDICA DRUŽBENEGA PRITISKA

‘‘Način, na katerega dojemamo in občutimo svoje telo, reflektira naše dojemanje sveta, naš odnos do sveta ‘‘ (Zaviršek 1995: 67).

Danes je v tehnološko razvitih okoljih in kulturah telo objekt, ki je naša last in na katerem delamo. Tega dela nihče ne opazi in ni nikoli dokončano. Prav tako se kontinuirano odvijajo tudi družbeni procesi, vezani na telo: »Procesi vezani na reprodukcijo populacije, regulacija teles v prostoru, zamejitev "notranjosti" teles prek različnih disciplin in reprezentacija "zunanjega" telesa v socialnem prostoru« (Zaviršek 1995: 68, po Turner 1984). Zadnja dva sta med seboj prepletena in ključna za razumevanje pojava motenj hranjenja pri posameznikih, ki se s tem soočajo.

Na pojav motenj prehranjevanja pri mladih dekletih vpliva precej pomembnih **socialnih dejavnikov**. Na makro ravni bi bila to vesternizacija in medji. Na mikro ravni pa vrstniško zbadanje, disfunkcionalne družine, spolne in fizične zlorabe, nenehni nadzor v partnerskem razmerju, ipd. Ko so dekleta izpostavljena takim situacijam, se lahko pojavi občutek, da nad svojim življenjem nimajo več nobenega nadzora, kar lahko vodi do **psiholoških**

sprememb čustvenega stanja, kot so depresija, nizka samozavest, samopoškodovanje, slabo samovrednotenje, težave v komuniciranju z drugimi, itd. Nezmožnost obvladovanja in nadzora občutkov in čustev jim sproži občutek nemoči, vodi lahko tudi do emocionalnega konflikta znotraj posameznika. Ta proces je pogost vzrok za pojav motenj prehranjevanja pri posameznikih, saj pri emocionalnem konfliktu ostane področje vnosa hrane v telo še edina stvar, nad katero ima dekle oz. fant še nadzor v življenju (Eating disorder foundation: learn more: about eating disorders: contributing factors).

Zgornjo teorijo podprem še s povzetkom večih avtorjev, ki pravijo, da se lahko anoreksično vedenje razlaga kot način soočanja z določenimi življenjskimi problemi. V to kategorijo lahko štejemo pridobivanje pozornosti, zavračanje seksualnosti, odziv na prezahtevne starše, strah pred odgovornostjo, samoopredelitvijo. Omejevanje hrane je v teh primerih način izvajanja nadzora (Kuhar 2004: 122, po Orbach 1993 v Conner idr. 2002).

Anoreksično telo je primer spodletele identitetne igre. Ta boj za identiteto je nevaren, ker pokaže to, kar naj bi ostalo očem skrito, in sicer da so domača razmerja v navidez urejeni družini, tudi razmerja moči in opresije, zavita v maškarado ljubezni, ki ne da dihati (Pandel Mikuš 2003: 30, po Renner 1998: 55).

Zanimiva teorija vzrokov za motnje prehranjevanja se skriva tudi v multikulturnih razlagah. Pravijo, da kulturne spremembe vplivajo na razvoj motenj prehranjevanja, kar potrjujejo podatki o večjih stopnjah anoreksije med imigranti in manjšinskimi skupinami, ki se integrirajo v neko kulturo (Kuhar 2004: 122, po Miller idr. 2001). Če gre v tem primeru za manjšine z drugačnimi lepotnimi ideali kot večinska kultura v katero se želijo intergirati, se sploh dekleta, znajdejo v precepu. Za popolno asimilacijo, bi si želele tudi popolno telo, ki je po standardih večinske kulture. To doda samo še dodaten pritisk odraščajočim dekletom, ki se morajo na prvem mestu spopadati z vrednotami, običaji in jezikom druge kulture. Navodila prejemajo tako iz ene kot iz druge strani, torej iz lokalnega in globalnega okolja, prilagajajo se domačim in novim družbenim situacijam, kmalu jih lahko zanese v vrtinec informacij, nad katerimi nimajo več nadzora. Ostane jim le še delček, nad katerim imajo lahko popolno kontrolo, in to je vnos hrane v telo.

Raziskave pravijo, da so motnje prehranjevanja fenomen spolov, saj je devet od desetih, ki iščejo pomoč zaradi le-teh težav, ženskega spola, ampak ne vse v obdobju adolescence in zgodnje odraslosti. Vedno bolj je tudi jasno, da motnje prehranjevanja niso značilne samo za mlade, izobražene in relativno privilegane ženske z višjim statusom, ampak so prisotne v

celotni populaciji (Benson 1997: 133, po Boskind-White and White 1986; Greenfeld et. Al. 1987; Hsu 1990).

Ruža Pandel Mikuš (2003) se v svojem članku o motnjah prehranjevanja pri ženskah opre na Gordon (1992), ki prav tako pravi, da je poudarjanje nadzora nad telesno težo množična družbena obsedenost, katero breme nosijo predvsem ženske. Telesna podoba, teža, zunanji videz igrajo glavno vlogo pri seksualni privlačnosti ženske. Posledično to vpliva na njeno samopodobo in družbeni uspeh (Pandel Mikuš 2003: 30, po Gordon 1992).

Pri obravnavi uporabnikov, ki se soočajo z motnjami prehranjevanja moramo biti pozorni na širok spekter okoliščin, ki so vplivale na razvoj težav, s katerimi se spopada posameznik. Po besedah zgoraj navedenih avtorjev, so težave povezane s prehranjevanjem vse več kot le telesna šibkost in nezadovoljstvo s telesom, pač pa se za njimi skriva še precej družbenih in psiholoških dejavnikov, kateri bi morali biti naša primarna skrb. Vsak ima v ozadju svojo zgodbo, vsakega je treba obravnavati individualno, saj so motnje prehranjevanja resne težave, ki lahko posameznika pripeljejo tudi do smrti, če se ne ukrepa pravočasno in pravilno.

2 FORMULACIJA PROBLEMA

Kot dekle, ki je odraščalo v času, ko so mediji močnejši kot kadarkoli prej in širjenje zahodne kulture vedno bolj agresivno, sem se odločila, da bi bilo zanimivo narediti raziskavo, s katero bi opozorila ljudi na pritiske s katerimi se soočamo predvsem mlada dekleta v odraščanju, ko iz vseh strani dobivamo navodila in recepte za popolno telo, obnašanje, oblačenje itd. V raziskavo sem vključila še etnične manjšine, saj sem mnenja, da so pripadnice manjšin še pod večjim pritiskom, ker "morajo" ustrezati kar dveh različnim kulturam. Ta problem sem zasledila le v peščici literature, ki sem jo uporabila, zato bom s to raziskavo poskušala vzpodbuditi še ostale avtorje in raziskovalce, da temu posvetijo več pozornosti.

Prvotna pobuda za to raziskavo se je pojavila v času moje študijske izmenjave v Amsterdamu, ki je v primerjavi s slovenskimi, zelo multikulturno mesto. Kljub bogati raznolikosti kultur, ki se tam prepletajo, lahko opazimo, da se večina vseeno drži zahodnega lepotnega ideala. Skozi pogovore s sošolci in prijatelji sem ugotovila, da nas je velika večina precej obremenjena z lastno zunanjo podobo s katero se predstavljamo drugim. Dejansko je del naše osebne identitete, za nekatere predstavlja celo najbolj pomemben del. To, da je videz dandanes postal ena najpomembnejših osebnih lastnosti posameznikov in ena od prvih značilnosti, ki jih opazimo ter po katerih razvrstimo posameznika v določeno kategorijo in mu takoj pripišemo določene lastnosti, se mi zdi ena od lastnosti današnje družbe, katero nebi smelo posvajati vedno več ljudi, ampak vedno manj. Zato upam, da bom s to raziskavo lahko pokazala, da lahko tudi na videz nedolžni komentarji in obsojajoči pogledi, vplivajo na veliko več področjih pri mladih dekletih in fantih, kot si lahko sprva zamislimo.

V raziskavo bom vključila mlada dekleta iz Slovenije, vključila bom tudi dekleta iz romskih družin. Dekleta želim opozoriti na pomen lastne samopodobe, na vplive družine in družbe na njihovo predstavo o telesnem idealu in na pomembnost pozitivnega samovrednotenja. Teh tem se v vsakdanjem življenju ne dotikamo pogosto, zato mislim da bom mlada dekleta s svojimi intervjuji spodbudila k razmišljanju in mogoče tudi k delu na lastni samozavesti in identiteti. Za socialno delo je moje raziskovanje pomembno, ker se pritiski družbe vrstijo na vedno mlajše predstavnice ženskega spola, s tem imajo vedno manj časa za zdravo odraščanje, razvoj identitete in samopodobe in s tem se poveča tveganje za razvoj motenj prehranjevanja, depresije, samopoškodovanja ipd. S temi dekleti

se srečujemo v socialno-delavskih pogovorih pomoči, zato je pomembno da poznamo ozadja, posamezne zgodbe posameznikov in možne vzroke za nastanek določenih težav s katerimi se soočajo.

Ključna raziskovalna vprašanja:

- Kako globalizacija in mediji z idejo o 'popolnem ženskem telesu', vpliva na mlada dekleta iz etničnih manjšin v naši državi? Kako vpliva na dekleta, ki niso pripadnice etničnih manjšin?
- Kako mlada dekleta iz etničnih skupin usklajujejo različna pričakovanja družine in širše družbe?
- Kako pomembno je dekletom, da so sprejeta v družbo? Koliko jim pomeni mnenje širše družbe o njihovem telesu in koliko jim pomeni mnenje njihovih družin o lastnem telesu?
- Kako mediji s širjenjem slike 'ideala' ženskega telesa, vplivajo na samopodobo mladih deklet?
- Kako so družina in prijatelji vplivali na dekletovo predstavo o idealnem ženskem telesu?

3 METODOLOGIJA

3.1 VRSTA RAZISKAVE

Raziskava je pretežno kvalitativna z merljivimi podatki, ki jih bom prikazala z grafi. Kvalitativne podatke bom pridobila z besednimi opisi deklet o vplivih medijev, sliki 'idealnega' ženskega telesa, družbe, družine in samopodobi. S temi opisi bom zbirala njihova osebna mnenja in občutke o prej naštetih okoliščinah. Kvalitativno raziskovanje potrjujejo tudi raziskovalna vprašanja. Merljive podatke bom zbrala iz vprašanj z lestvicami, ki so vključena v intervju.

Raziskava spada med eksplorativne ali poizvedovalne, saj sprašujem po vplivih medijev, družbe in družine ter občutkih deklet, ki se jim pri tem pojavljajo. Eksplorativno raziskovanje potrdi tudi dejstvo, da sem se omejila na deset deklet in ne celotne populacije. Njihove izjave bom analizirala skozi besedne opise, ki jih bom prejela preko intervjujev.

3.2 MERSKI INSTRUMENTI ALI VIRI PODATKOV

Za pridobivanje podatkov sem uporabila delno standardiziran intervju. Vprašanja so določena vnaprej, sem si pa pustila prostor in po potrebi postavila še dodatna vprašanja, da sem prišla do informacij, ki so za mojo raziskavo pomembne. Glavni vir so neposredni osebni pogovori z dekleti iz slovenskih in romskih družin.

3.3 OPREDELITEV ENOT RAZISKOVANJA – POPULACIJA IN VZOREC

Populacijo predstavljajo dekleta stara med vključno 16 do vključno 23 let, ki prihajajo iz slovenskih družin in živijo na ozemlju Slovenije ter dekleta iste starosti, ki prihajajo iz romskih družin in prav tako živijo v Sloveniji. Iz populacije sem zbrala deset enot, to je deklet, s katerimi sem opravila intervju, in sicer po priročnem neslučajnostnem vzrocu, saj sem vsa dekleta iz slovenskih družin in eno iz romske družine izbrala sama, ostale intervjuvanke, ki so Rominje, pa mi je pomagala pridobiti socialna delavka s Centra za socialno delo Trebnje, s katero sva stopili v kontakt prek e-maila.

3.4 ZBIRANJE PODATKOV OZ. EMPIRIČNEGA GRADIVA

Empirično gradivo so intervjuji, ki sem jih opravila z dekleti iz slovenskih in z dekleti iz romskih družin. V vsaki skupini sem imela pet intervjujev. Z dekleti iz slovenskih družin in eno iz romske družine smo se za sodelovanje dogovorili osebno ali po telefonu, preko e-maila pa s socialnimi delavkami, ki so bile posrednice za preostale intervjuje z dekleti iz romskih družin.

Prve intervjuje sem začela opravljati februarja, in do konca marca sem opravila vseh 5 intervjujev z dekleti iz slovenskih družin, ter enega s študentko, ki prihaja iz romske družine. Vsak izmed teh intervjujev je bil izveden individualno z vsako sogovornico posebej, ob kavi v izbrani kavarni. Prilagodila sem se željam in urnikom sogovornic. Preostale štiri intervjuje z dekleti iz romskih družin sem opravila konec maja, ker do takrat nisem dobila pozitivnega odziva na poslane e-maile ter osebne prošnje za pomoč pri kontaktiranju deklet. Opravila sem jih 27. maja v romskem naselju Hodeje blizu Trebnjega. Vstop v njihovo skupnost mi je priskrbel socialna delavka na tamkajšnjem Centru za socialno delo, ki že 6 let hodi v romsko naselje, kjer 3 ure na dan pomaga družinam pri vsakdanjih opravilih in otrokom pri šolskih obveznostih. V tistem popoldnevu sem opravila še preostale štiri intervjuje, zopet z vsako sogovornico posebej, ob prisotnosti omenjene socialne delavke, na željo deklet.

V osnovi ima intervju 27 vprašanj, po potrebi sem dodala še podvprašanja za boljše razumevanje in pojasnitev možnih nejasnosti. Če sem dobila občutek, da sogovornica ni več pripravljena aktivno odgovarjati na vprašanja sem naredila premor, ali iz intervjuja izvzela nekaj vprašanj. Vse intervjuje sem sproti zapisovala na prenosni računalnik in ob koncu intervjuja sogovornicam dala možnost, da si zapis preberejo.

3.5 OBDELAVA GRADIVA

Gradivo sem obdeala kvalitativno in delno kvantitativno. Odgovore sem sproti zapisovala v pogovorni slovenščini in izpustila mašila. Intervjuje sem kodirala odprto in osno. Z odprtim kodiranjem sem označila izjave, ki so relevantne za potrebe moje raziskavo. Intervjuje z dekleti iz slovenskih družin sem označila A1, A2, A3, A4 in A5, z dekleti iz romskih družin pa B1, B2, B3, B4 in B5. Vsaki izjavi posebej sem nato še dodala svoje

zaporedno število. Na primer, prva izjava v prvem intervjuju z dekletom iz romske družine je označena B1_1, naslednja izjava v istem intervjuju B1_2, itd.

PRIMER:

Ali tvoji prijatelji kdaj ocenjujejo, kritizirajo ali kakorkoli komentirajo tvoje telo?

(A1_10) V preteklosti so, tisti niso več prijatelji, pa ne samo zaradi tega. Zdaj pa včasih./

(A1_11) Recimo ko gremo na morje rečejo da imam lepe obline ali da sem shujšala ali da bi lahko še malo shujšala./

Na podlagi osnovnega, sem intervjuje še osno kodirala, kjer sem v tabeli vsako izjavo razčlenila na pojem, kategorijo, nadkategorijo in temo.

PRIMER:

A1_8	Ja. Zenska ma velike obline, raven trebuh, dolge suhe noge, ni poraščena.	Vpliva, imajo jasen opis popolnega ženskega telesa	Vpliv družine na sliko popolnega ž.telesa	Mnenje o popolnem ž.telesu	Družina
A1_9	Zelo raznoliko. Pol bosanci, pol slovinci	Pol slovinci, pol bosanci	Narodnost		Prijatelji
A1_10	V preteklosti so, tisti niso več prijatelji, pa ne samo zaradi tega. Zdaj pa včasih.	V preteklosti so, sedaj včasih.	Kitika, komentarji, ocenjevanje telesa	Mnenje o telesu intervjuvanke	Prijatelji

Šest vprašanj z lestvico 1- 10 sem iz osnega in osnovnega kodiranja izključila, ker sem jih analizirala kvanitativno. Za vsako vprašanje sem oblikovala graf, v katerem je podano izračunano povprečje odgovorov deklet iz vsake skupine posebej.

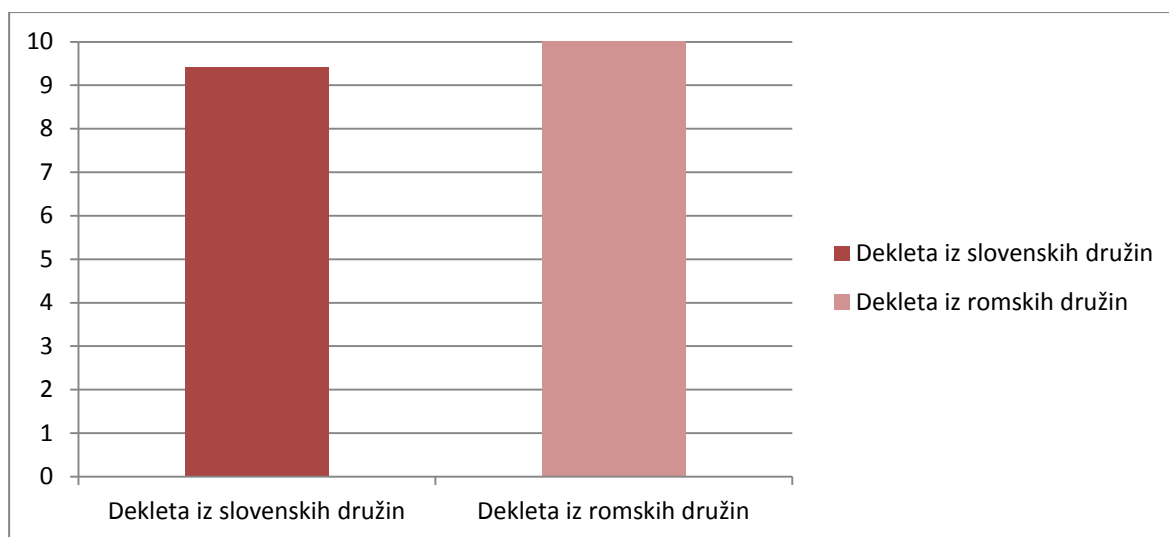
4 REZULTATI

4.1 KVANTITATIVNA ANALIZA

V naslednjih grafih bom predstavila kvantitativno obdelane podatke šestih vprašanj in sicer z izračunanim povprečjem vsake skupine deklet posebej. Povprečna starost intervjuvanih deklet iz slovenskih družin je 21,6 let; iz romskih družin pa 18,8 let.

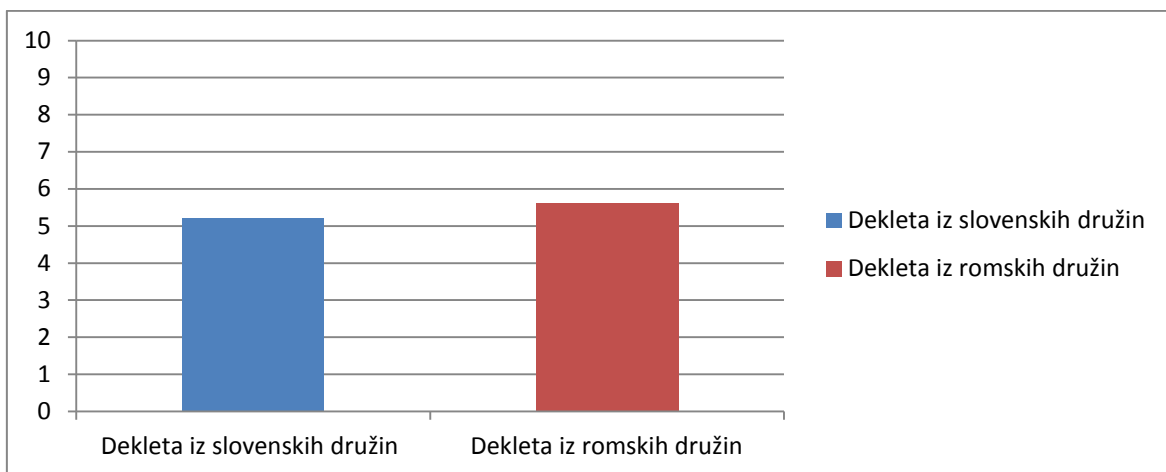
Graf 4.1: Pomembnost družine na lestvici od 1- 10

(1 – sploh mi ni pomembna, 10 – zelo pomembna, pomeni mi več od vsega drugega v življenju)



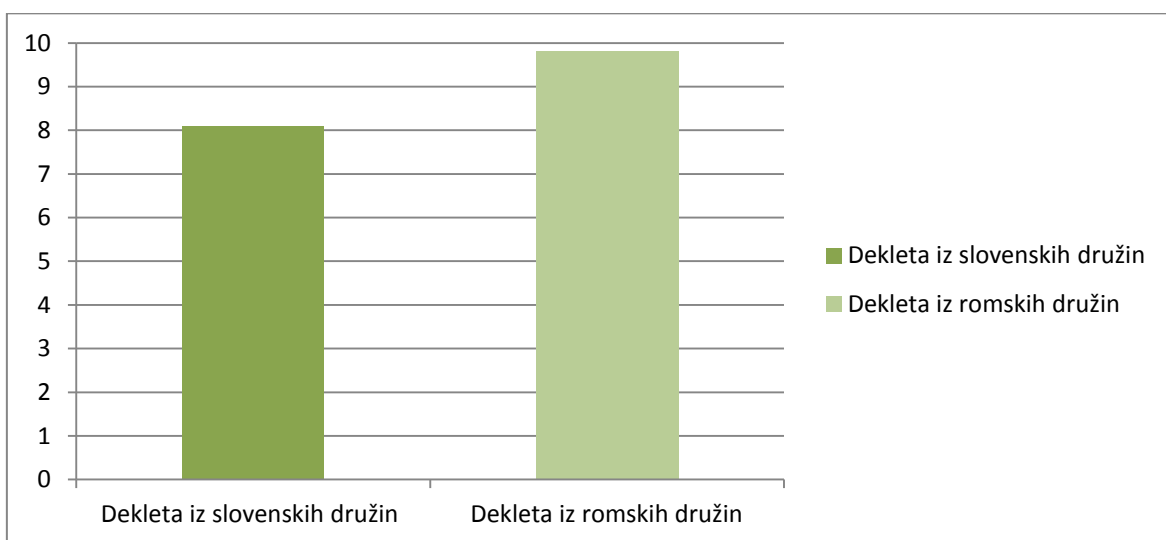
V prvem grafu lahko vidimo, da je za obe skupini deklet družina zelo pomembna, sploh pri Rominjah, kjer so bili vsi odgovori brez pomisleka 10, torej da jim družina pomeni v življenju največ. Tudi pri slovenskih dekletih je družina rangirana zelo visoko, 9,4. Tako slovenska kot romska dekleta dajejo družini velik pomen v življenju, kar sem ugotovila tudi iz ostalih vprašanj, ki jih bom v nadaljevanju analizirala kvalitativno.

Graf 4.2: Pomembnost mnenja družine o telesu na lestvici od 1 – 10
(1- sploh mi ni pomembno, 10- zelo mi je pomembno)



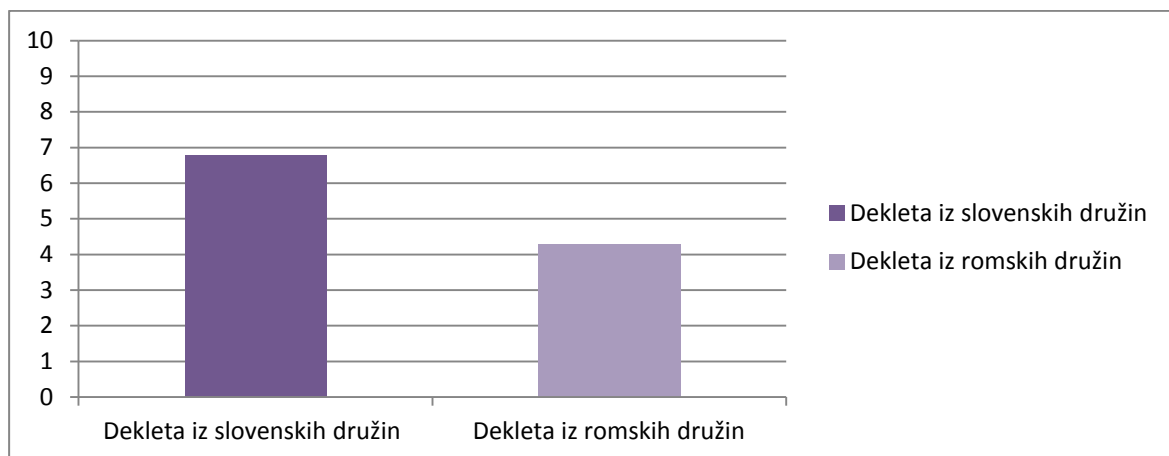
Mnenje obeh skupin deklet si je zopet precej blizu, spet je romskim dekletom bolj pomembno mnenje družine, kot slovenskim. Razlika je sicer minimalna (5,2/5,6), a ni zanemarljiva. Kako družina gleda na njihovo telo, je v življenju obojih deklet v sredini lestvice pomembnosti.

Graf 4.3: Pomembnost prijateljev in družbe na splošno na lestvici od 1 – 10
(1- sploh mi ni pomembno, 10- najpomembnejše v življenju)



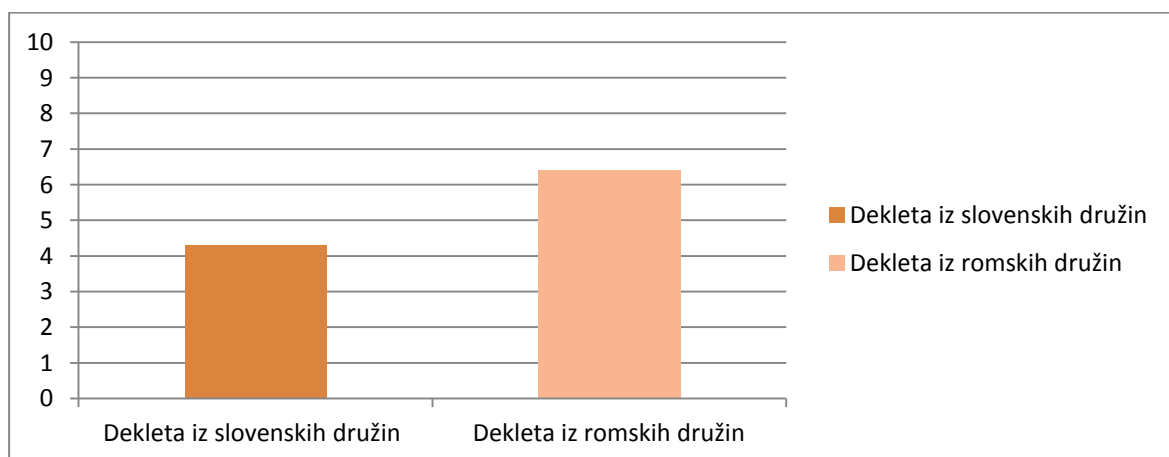
Razlika v tem primeru je že bolj opazna in sicer povprečje pri slovenskih dekletih glede pomembnosti prijateljev je 8,1; pri romskih dekletih je 9,8. Pri Rominjah skupino prijateljev in družbe sestavljajo večinoma člani skupnosti in naselja v katerem živijo. Prijatelje iz naselja sprejemajo kot družinske člane, zato so tudi na lestvici postavljeni zelo visoko.

Graf 4.4: Pomembnost mnenja prijateljev o tvojem telesu na lestvici od 1 – 10
(1- sploh mi ni pomembno, 10 – zelo mi je pomembno)



Mnenju družbe in prijateljev dajejo več prednosti slovenska dekleta. Razlika je za 1,2 stopnje. Ta podatek nam pove, da so slovenska dekleta bolj obremenjena z mnenjem okolice in širše družbe. Ob primerjavi s pomembnostjo mnenja družine, jim slednje pomeni manj. Iz tega lahko sklepamo, da se bolj podrejajo kriterijem ideala ženskega telesa prijateljev, kot kriterijem družine. Romska dekleta, se za mnenja ostalih, ki niso družinski člani ne zmenijo in jim ne pripisujejo visoke pomembnosti.

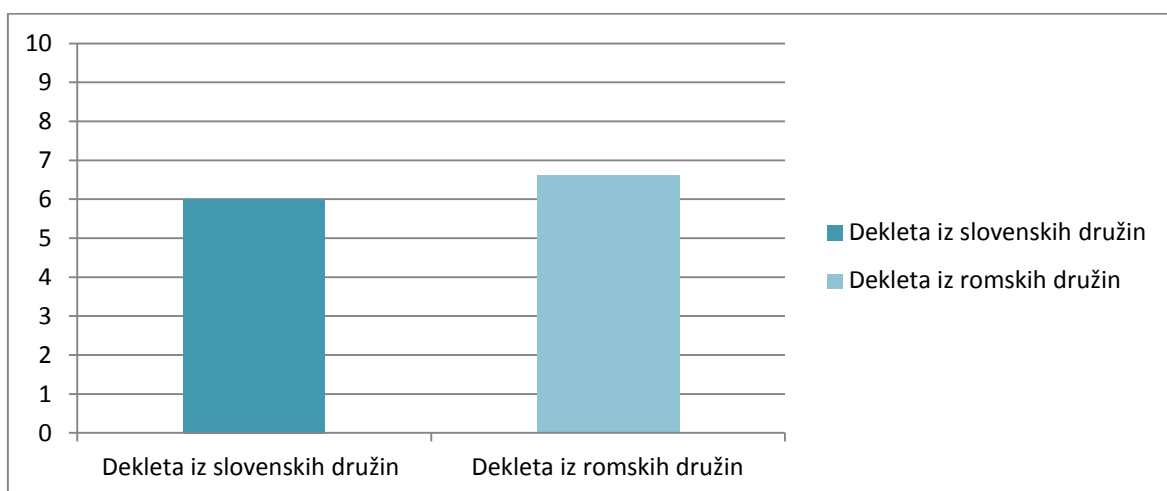
Graf 4.5: Uresničljivost predstave idealnega telesa na lestvici od 1 – 10
(1 – popolnoma nerealna, 10 – realna, lahko uresničljiva)



Iz te primerjave vidimo, da so romska dekleta bolj prepričana v uresničljivost ideala ženskega telesa kot so dekleta iz slovenskih družin. Razlika je očitna: SLO: 4,3 / ROM: 6,4. Tukaj bi izpostavila to, da so slovenska dekleta veliko bolj polna informacij glede današnjih idealov, več spremljamo različne medije in zato bolj poznamo kakšne so dejanske realne slike teh teles.

Graf 4.6: Pomembnost ustrežanja standardom sodobne družbe in družine na lestvici od 1 – 10

(1- sploh mi ni pomembno, 10- zelo pomembno)



Pri pomembnosti ustrežanja kriterijev družine in družbe, torej prilagajanje svoje podobe idealni sliki, ki jo ima družina in idealni sliki, ki jo ima družba, se dekleta v mnenjih zopet približajo. Nobena od skupin ni zanemarila pomembnosti, da kriterijem ustrezamo, niti jih niso rangirale visoko, kot recimo pomembnost vloge družine in prijateljev v njihovih življenjih. Po izračunanem povprečju, so romska dekleta višje na lestvici, a za samo 0,6 stopnje.

4.2 KVALITATIVNA ANALIZA

V nadaljevanju bom opisala pridobljene rezultate, ki sem jih pridobila iz prej opisanih korakov osnega in osnovnega kodiranja intervjujev. Pri pisanju bom upoštevala prej zastavljena raziskovalna vprašanja, na katera sem skozi raziskavo poskušala odgovoriti. Pri osnem kodiranju sem izjave v intervjujih delila v teme, nadkategorije in kategorije kot je prikazan primer v prejšnjem poglavju. Teme in nadkategorije bom povezala z raziskovalnimi vprašanji, in na ta način zapisala rezultate. Nadkategorije moram upoštevati zato, ker samo teme zajamejo preveč širok spekter okoliščin, ki sem jih raziskovala, rezultate pa želim opisati čim bolj podrobno, ker je prisotnih veliko različnih dejavnikov in vplivov le-teh na doživljanja sogovornic. Svoje ugotovitve bom podprla še s pojmi, ki izhajajo iz izjav sogovornic.

Pomembno se mi zdi še poudariti, da štiri od petih deklet iz romskih družin, ki sem jih intervjuvala, prebivajo v romskem naselju, ter da se do sedaj še niso asimilirale v našo

kulturo. Ena od petih pa je študentka, živi v Ljubljani, domov k skupnosti pa hodi vsak vikend. V doživljanju okolice teh deklet, je zaznati veliko razliko, saj je študentka 'posvojila' že precej zahodnih kulturnih običajev in vrednot. V primerjavi z njo, so preostale štiri, ki stalno živijo v romskem naselju, na obravnavano tematiko gledale precej drugače. Bile so tudi precej bolj redkobesedne in zadržane od prve, to sem tudi spoštovala in zato imam od slednje v rezultatih več opisnih podatkov.

4.2.1 Vpliv medijev na idejo o popolnem ženskem telesu in na samopodobo deklet

Pri pogovorih z romskimi dekleti sem prišla do zanimivih rezultatov o vplivu medijev in njihove slike o idelu ženskega telesa. V njihovih skupnostih imajo mediji precej manjšo vlogo kot v vsakdanu slovenskih deklet. Večina jih je skoraj povsem zanemarila vpliv medijev, pač pa so nekatere bolj poudarile vpliv družbe in družine. *(B1_41)Večji vpliv imajo prijatelji/, (B1_42)Bolj je družba name vplivala kot mediji/*. Dekleta, ki sem jih intervjuvala v romskem naselju in so precej bolj vključene v njihovo lokalno kulturo kot v slovensko, revij, ki so za slovenske punce biblija lepote, sploh ne poznajo in ne prebirajo. *(B2_13)Niso vplivali, nisem gledala revij, (B_18)Niso vplivali na moje mnenje/*. Samo ena izmed romskih deklet je vpliv medijev potrdila, a izpostavila modo, ne telesno postavo. *(B5_21)So vplivali/, (B5_22) Vplivali so na mojo modo/, (B5_23)Vplivali na način mojega ličenja/*. Zanimivo je, da kljub temu da zanikajo vpliv medijev, so njihove osebne predstave o idealnem ženskem telesu precej podobne predstavam medijev, razlikujejo se samo v določenih značilnostih, kot na primer, da so v medijih presuhe ali previsoke, preveč mišičaste. *(B1_29)Lepo oblikovan trebuh in zadnjica, brez celulita, oprsje bujno a ne preveč/, (B2_11)Nižje višine kot v medijih, ravni zobje, košarica c/, (B3_14)Suha, visoka, kot manekenke./, (B4_13)Močnejša postava kot v medijih./, (B5_14)Lepa postava, obleke, šminka, lep obraz, raven trebuh, c košarica./, (B5_15)Niso mi všeč dolge suhe noge in mišice/*. Kljub zanikanju vpliva medijev, pa je ena izmed deklet z naslednjim vprašanjem o vplivu medijev na samopodobo priznala, da ima zaradi slike medijev slabše mnenje o svojem telesu. *(B4_17)Niso vplivali/, (B4_19)Manj sem si všeč./* Ostala dekleta so potrdila svoje prejšnje odgovore s tem, ko so odgovorile, da na njihovo predstavo o lastnem telesu mediji niso vplivali. *(B2_15)Ne spremenijo mnenja o mojem telesu/, (B3_20)Ne spremeni/(pogleda na lastno telo), (B5_25)Ne spremeni pogleda na moje telo/*.

V nasprotju z romskimi dekleti, so slovenska veliko bolj seznanjena z mediji in s tem tudi bolj dovzetna za njihov vpliv. Bolj kot danes, so na njih vplivali v preteklosti, predvsem v času srednje šole, ko še oblikujemo svojo identiteto, se poizkušamo poistovetiti in pripadati večim skupinam ter ne izstopati, ampak se zliti z množico in večinskimi standardi. (A1_23)*Na začetku so vplivali, zdaj pa želim samo sebe sprejemati tako kot sem/, (A2_32)Ko sem bila mlajša/, (A3_28)Tudi jaz sem želela doseči kar se kaže v medijih/, (A2_34)Želela sem si tako telo kot ga imajo dekleta iz naslovnice, (A3_33)Zdaj je drugače. Trenutno mi je bolj pomembno da sama zase dobro zgledam in da se dobro počutim./* Nekatere še danes sledijo idealu medijev, kar pa ne vpliva dobro na njihovo samopodobo in predstavo o lastnem telesu. (A4_39)*Zaradi tega ideala si nisem všeč/, (A4_40)Svoje telo želim spremeniti, da bi bila bolje sprejeta v družbi/, (A5_30)Manj samozavestna, dvomim če sem dovolj dobra za družbo./* Na dekleta mediji nimajo blagodejnega učinka, da bi lahko rekli da si dekleta spočijejo oči na modelih iz naslovnice in plakatov, ali da si kupijo revije ob katerih bi se počutile v svoji koži dobro, pač pa ravno nasprotno. Z nenehnim vsiljevanjem te podobe, so ves čas pod pritiskom zaradi občutka stalne primerjave sebe z izklesanimi, sijočimi, dekleti ki se nam smejljajo iz jumbo plakatov ob cestah. (A1_29)*Sem pod pritiskom medijem, ampak se jim poskušam čim bolj upreti, (A5_30)Malo ja, sem manj samozavestna, podvomim vase, če sem dovolj dobra za družbo./* Zaradi te primerjave, so se nekatere zatele tudi v ukrepe s katerimi so svoje telo poskušale približati 'idealnemu' (A2_37)*Nekaj časa sem se nekateri hrani tudi upirala da bi se približala idealu, ampak pri tem nisem dolga vztrajala./*

Po koncu najstniških let se je večina mojih sogovornic uprla vplivom medijev in njihovi sliki ideala, saj so zgradile močnejšo in bolj pozitivno samopodobo. Zato danes ravnajo bolj po svojem lastnem občutku in kriterijih lepote. (A1_24)*Grem ven in oblečem to kar je meni všeč/. (A2_44)Včasih slabša samopodoba, danes bolj zadovoljna/, (A3_55)Pomislila sem za nazaj kdaj sem se dobro počutila in ugotovila da takrat ko sem bila sama sebi všeč, to je moje telo in jaz živim z njim./* Dekleta so skozi leta ugotovila, da je bolj pomembno da se sam sprejemaš, takšnega kot si, kot pa da se ves čas trudiš biti všeč družbi, ki te obdaja, ob tem pa se v svoji koži ne počutiš dobro. (A2_44)*Imela sem tudi slabše menje o sebi, zdaj vem da moramo biti zadovoljni sami s sabo, ker taki smo./*

4.2.2 Želja po idealnem telesu iz medijev

Štiri od petih deklet iz slovenskih družin so izrazile željo po idealnem telesu, ki ga promovirajo mediji. Razlogi so bili različni. Ideal povezujejo z občutkom pripadnosti in vlogam v današnji družbi. (A3_35)*ja želim si ga./ (A2_45)Ja, zato da bi bila bolj všeč družbi, bi me bolje sprejemali. Bi se počutila pomembnejšega v družbi./ (A4_43)Želela bi si tega da bi se jaz boljše počutila v svoji koži in da bi se počutila bolj sprejeto in dejansko tudi bila bolj sprejeta/. So pa mnenja, da je nemogoče popolno zadovoljiti in izpolniti predstavljene ideale. (A3_36)*Ampak mislim da so kritike drugače v vsakem primeru prisotne, tudi če bi izgledala taka kot so punce v medijih./ S podobnostjo idealom, bi se tudi izboljšala samopodoba in samovrednotenje deklet. (A3_38)Zaradi tega se ne bi ravno počutila lepšo, bila le bolj zadovoljna sama s sabo/. So pa tudi izpostavile neracionalnost ideala, ki ga predstavljajo mediji. (A4_41)*Ja želim si, ampak vem da ni izvedljivo./ (A5_31)Ja, po eni strani si ga želim ampak vem da to ni realno./ Idealno telo si želi večina deklet, istočasno pa se zavedajo da ta slika ni realna in zato zelo težko dosegljiva.***

Pri romskih dekletih so bili odgovori bolj heterogeni. Nekatere si želijo telo podobno medijskim, vendar ne manekensko, presuho in brez oblin. (B1_43)*Ja, tisto lepo, ne čisto suho. Dokaj suho, ne preveč, z oblinami./ (B5_26)tiste suhe z dolgimi nogami ne/. Nobena ni izpostavila želje po večji sprejetosti v družbo, ali da bi to navedla kot razlog za željo po takem telesu. Njihovi razlogi so bolj enostavni in realni. (B3_22)Zato ker so mi všeč, sploh v kopalkah, lepa postava./*

4.2.3 Vpliv družine in prijateljev na percepcijo ideala ženskega telesa pri dekletih

Pri slovenskih dekletih je samo ena odgovorila, da družina na njeno percepcijo o idealu ženskega telesa ni vplivala. (A4_9)*Ne. Nikoli ni, sama sem si ustvarila podobo popolnega telesa./*Pri romskih dekletih je situacija ravno obratna. Na percepcijo ideala je družina vplivala samo v primeru študentke, pri ostalih dekletih so mi dali odgovori vedeti, da doma temi o popolnem telesu ne posvečajo veliko pozornosti. Bili sta dve izjemi, in sicer primer komentarja mame enega od deklet iz naselja, ki je pokazal, da imajo drugačno predstavo o ženskem telesu kot zahodna kultura. (B2_5)*Mami rekla, da sem preveč suha, moram več jesti, da se bom zredila/, in komentar, ki bolj namiguje na zahodne kriterije (B4_2)včasih mami, prej mi je rekla da moram shujšat/.*

Pomembno se mi zdi izpostaviti na kakšne načine je družina, verjetno nezavedno, dekletom predstavila kaj je lepo telo. V nekaterih primerih so bile to neposredne kritike dekletovega telesa (A1_3)*Oče je govoril da sem bajs, zavaljena, premočna za svoja leta, nobene hlače niso prav./ (A1_4) Mami izvajala psihično nasilje – oblekla moje hlače in rekla: vidiš meni so prav, tebi pa ne. Vidiš kako si debela./* Dovolj je tudi sam nadzor nad vedenjem odraščajočega dekleta. (A3_7)*Ja. Mami s tem ko je gledala kaj jem, da se nebi zredila, komentirala da naj več telovadim da se nebi zredila./* Spet druge družine so brez besed vplivale na današnjo percepcijo dekleta o zdravem, lepem telesu. (A2_9)*Ja. Oba starša sta močnejše postave, zato si želim da jaz nebi prišla do te točke./* Izpostavile so tudi pomembnost zdravega telesa v družini, ki pa je posledično telo brez odvečnih kilogramov. (A5_7)*Glede kilogramov, ne smeš biti predebel ker ni zdravo./ (A2_10)Ni nekega ideala glede telesa v moji družini. Gre se bolj za zdravje./ (A3_6)Za družino je pomembno da je telo zdravo, da se človek dobro počuti. Ne prekomerne teže./* Pri Romih pomembne vloge ne igra samo ožja družina, temveč cela skupnost v kateri živijo. Ideal telesa je podoben zahodnemu, precej truda pa posvečajo tudi urejenosti in oblekam. (B1_11)*Ja. Pri nas ne samo družina, tudi skupnost./, (B1_12)Samska dekleta morajo bit urejena./, (B1_14)Suha in obline. Ne preveč suha, nekaj za prijet, ampak še vedno v neki meri./* Pri starejših generacijah je zaslediti močnejši vpliv njihove kulture, saj so ideali bolj podobni njihovim avtentičnim, ne prilagojenim našim. (B1_7)*Ko poslušas babi in dedka, je v nasportju z mediji, enako s strani tašče./, (B1_10)Moja mama pa se strinja z mediji./* Zunanja podoba deklet je v romskih skupnostih pomembna tudi zato, ker s tem pokažejo preskrbljenost družine. Ideal ženskega telesa se skozi življenjska obdobja spreminja. (B1_47)*Na začetku mora biti privlačna, urejena, pametna, prijazna, da se pokaže na ven da prihaja iz dobre družine./, (B1_48)Ko postane mama, se uredijo za zabave, velikokrat niso zadovolje s svojo postavo/.*

Nekatere imajo jasno sliko, kaj v njihovi družini predstavlja popolnost. (A1_8) *Ja. Ženska ma velike obline, raven trebuh, dolge suhe noge, ni poraščena./* V primerjavi z mediji, so bile ugotovitve različne. Nekatere so prepričane da so ideali družine enaki kot v medijih (A1_7) *Ne obstaja razlika./* Pri večini pa se razlikujejo, predvsem verjamejo, da so medijske slike neracionalne in nedosegljive. (A4_6)*Ja. Nimajo toliko visokih kriterijev./ (A4_8)Jaz imam višje kriterije kot družina./ (A3_5)Ja. To kar je v medijih se jim ne zdi najbolj dosegljivo za vsakega./ (A2_8)Mnenje mojih staršev in mene je da so manekenke že nezdrav ideal./*

Precej močnejši vpliv na percepcijo ideala je bilo zaslediti s strani prijateljev in to so dekleta tudi potrdila s svojimi odgovori. (A1_18) *Drugače pa ja, so vplivali na moj pogled kaj je popolno telo s svojimi komentarji.*/ Komentarji so bili vezano neposredno na telo deklet (A4_13) *So pohvalili da sem shujšala, mogoče predlagali da bi lahko bolj natrenirala mišice.*/ (A3_11) *Ja. Ko sem se zredila so mi to tudi povedali da je mogoče malo preveč.*/ Povsem dovolj je samo skupno komentiranje drugih mimoidočih ali slik v revijah, manekenk po televizijah, da si ustvarimo mnenje kaj je vseč našim prijateljem in kakšni moramo biti, da nas bodo občudovali tako kot popolne ženske, ki jih skupaj ocenjujemo. (A2_17) *Delno. Še posebej fantje, imajo zelo različne ideale.*/ (A2_19) *Recimo če kolega reče kaj mu je vseč, razmislim kako bi lahko pri sebi to naredila, ampak se pa s tem ne obremenjujem preveč.*/ (A4_24) *Ja. Ne vsi, je pa določen krog prijateljev, s katerimi smo skupaj gledali slike, komentirali slike z ženskimi postavami in tako sem si ustvarila to sliko o popolnem ženskem telesu.*/ To so precej vsakdanje stvari, ki se odvijajo pri večini odrasčajočih deklet. Niti se ne zavedamo, da tudi mi vplivamo na percepcijo naših prijateljev s svojimi komentarji. (A5_15) *Ja. Ko se pogovarjajo in slišim kaj jim je vseč in s tem dobim neko sliko kaj je njim lepo telo.*/ Nekatera dekleta se vpliva prijateljev in družine dobro zavedajo, druge to zanikajo. (A5_23) *Mnenje o tem kaj je popolno žensko telo sem si ustvarilo skozi pogovore z družino in prijatelji.*/

Zanimivo je, da imajo prijatelji deklet s katerimi sem se pogovarjala precej širšo sliko ideala kot mediji. Dopuščajo več raznolikosti in se zavedajo da popolnost, ki ji vidimo na slikah, ni realna. (A1_16) *V moji družbi ni več prepričanja da more bit ženska taka kot manekenka da je lepa.* / (A2_16) *Ja, prijatelji ne grejo v take ekstreme in ideale idealov kot grejo mediji.*/ (A3_15) *Nekateri menijo da je slika popolnega telesa v medijih nedosegljiva, punce presuhe, tudi fantje nerealno mišičasti.*/ Ena od deklet je lepo povzela kako in zakaj imajo s prijatelji enako sliko ideala. Odraščali smo v času, ko so mediji močnejši kot kadarkoli prej. (A4_22) *Zato ker smo vsi skupaj odraščali s sliko medijev, ustvarili smo si enako sliko, smo mlajši kot recimo moji starši.*/ Zato smo do svojih in drugih teles tudi bolj kritični, ker te 'ideale' gledamo že od majhnih nog. (A4_23) *Bolj smo povezani z mediji kot naši starši, takrat še niso bili taki ideali kot so zdaj.*/

Predvsem moški del družbe še vseeno rajši vidi, da ima ženska 'nekaj za prijet', kot pa da ja preveč suha. (A5_12) *Moškim niso vseč ženske, ki so presuhe, v medijih je pa veliko takih podob.*/ Sploh predstave spolov, ki nas privlačijo, močno vplivajo potem na naše doživljanje in vedenje povezano tudi s spreminjanjem podobe našega telesa

(A2_15)Trudim se spremenit svoje telo v bolj vitalno, ker me prijatelji povabijo k športnim aktivnostim, ni pa tako da bi izključno zaradi kolegov želela telo spremeniti./ (A5_14)Ženski del prijateljic pa želi biti take kot so dekleta v revijah, ampak to ni izvedljivo./

Pri romskih dekletih spet zasledimo razliko med študentko in ostalimi dekleti. Prva odgovori iz podobne perspektive kot slovenska dekleta, ostale vpliv prijateljev v večini zanikajo. Izpostavila pa je spet bolj način oblačenja, ne prav telesne postave. *(B1_26)Glede na to kako so one gledale na modo, se oblačile./ (B1_27)Želela sem jim biti bolj podobna, se trudila da sem se uredila tako kot one./ (B3_11)Edino o oblekah. Smo skupaj s prijateljicami prišle do skupnega ideala kar se tiče oblačenja/* Zanimivo je, da v njihovi skupnosti ne živijo po navodilih medijev, kako je zdravo telo, lepo telo ipd. *(B1_20)Ena je šla v fitnes da bi shujšala./ (B1_21)Kar je pri nas redko, da se kdorkoli ukvarja s športom.* V nasprotju z novimi trendi zahodne kulture, kjer ima že skoraj vsak svoj fitnes program, osebnega trenerja in kmalu tudi on pridobi svojo licenco, s katero odpre svoj fitnes ali začne svoj 'unikaten' vadbeni program.

Komentarje prijateljev sta omenili še dve izmed preostalih romskih deklet, ostalim se je zdelo to vprašanje brez pomena, ker očitno med prijatelji ne posvečajo pozornosti zunanjim podobam drugih. *(B2_7)Rečejo mi da sem previsoka./* Zaznala sem tudi vpliv zahodnega lepotnega ideala. *(B5_13)Recimo, naj ne jem da ne bom debela, naj ostanem taka kot sem./* Ena od deklet je tudi priznala, da si je spremenila podobo, da bi bila prijateljem bolj všeč, da bi se približala njihovem idealu. *(B4_9)Recimo sem si pobarvala lase, ker so mi rekli prijatelji./*

Glede idealov medijev so si prijatelji romskih deklet precej različni. Nekaterim so ta dekleta, ki jih vidijo predvsem na televiziji všeč, a se zavedajo, da je ta predstava precej neracionalna. *(B1_24)Ne. Slika je ista./ (B5_10)Isto mislijo, da so manekenke lepe./ (B5_11)Ampak vemo da v živo niso take./* Ena pa je to popolnost vzela na bolj preprost način. *(B5_24)Če imaš lepo telo, greš do ene ki te našminkajo, potem si lahko taka./* Drugi ideala ne sprejemajo pozitivno. *(B4_10)Ja, pravijo da so presuhe./*

Ker v tej romski skupnosti mediji nimajo take moči nad odraščajočimi dekleti, so bolj pomembna mnenja prijateljev in družine. Pri slovenskih dekletih pa je težko določiti, katera okoliščina ima na nas večji vpliv, in katera manjši. Če je mnenje prijateljev in

medijev različno, se lahko znajdemo v težkem položaju če želimo ustrezati obema, oziroma se moramo odločiti za eno stran.

4.2.4 Vpliv pričakovanj družbe in družine na dekleta

V kvantitativni analizi sem z lestvico prišla do zaključka, kako pomembna so mnenja družine in prijateljev o telesu deklet, ki sem jih intervjuvala. Kako močan vpliv pa pustijo pričakovanja le-teh na slovenskih dekletih, pa bom predstavila tukaj. Pomembnost mnenja sta ocenili obe skupini deklet malce čez polovico na lestvici od 1-10, opazila pa sem, da jih lahko komentarji in ocenjevanje njihovih teles s strani bližnjih oseb in družbe na splošno, prizadanejo na precej bolj osebni ravni. Etnično manjšino sem v tem delu izpustila, ker sem jo v nadaljevanju analizirala brez primerjave s slovenskimi dekleti.

Vpliv družine

Zaradi kritiziranja telesa sogovornic s strani njenih staršev, se je njihovo mnenje o lastni podobi poslabšalo, prav tako splošno razpoloženje. (A1_5)*Razočarano, žalostno, depresivno, jezno nase, ne dovolj dobro./* (A3_46)*Prej sem se počutila da nikakor ne moram zadovoljit ljudi okoli sebe. Predvsem moje mami./* (A3_47)*Karkoli sem naredila sem mislila da ni dovolj dobro./* Da bi kriterijem družine bolj ustrezala, so si nekatere želele spremeniti svojo telesno podobo. (A1_6)*Zdaj ne, v preteklosti pa sem se trudila telo spremeniti./* (A4_4)*Ko opazijo spremembe, se bolj potrudim, da bi jim bila bolj všeč./* (A4_5)*Veliko bi mi pomenilo, če bi mi rekli da dobro izgledam./* Pri drugih družina ne posveča pozornosti telesu bližnjih družinskih članov. (A2_3)*Mi pustijo da se sama odločam o svojem telesu./* Zanimiva se mi je zdela primerjava z nastopanjem, ki jo je omenila ena od sogovornic. Doma je lahko to kar je, družba pa nas stalno sili v nek 'performance', igranje vloge, ki je za družbo v tistem času sprejemljiva. (A2_51)*Doma ni takega pritiska, ker sem lahko to kar sem./* (A2_52)*Noben me ne gleda, ne rabim pred nobenim nastopat./* Spet je bila prisotna primerjava s preteklimi izkušnjami in doživljanjem, ko samozavest sogovornic še ni bila tako visoka in so bile na opazke okolja bolj občutljive. (A3_9)*V preteklosti sem se s tem bolj obremenjevala, zdaj mi ni več važno kaj misli./* Ampak razlog za to je precej jasen. (A3_24)*Verjetno ker mi je mami vedno gledala pod prste kaj jem in vedno je imela neke prikritke komentarJe./*

Vpliv prijateljev

Tudi če so komentarji pozitivni, je ena od sogovornic izpostavila, da nasploh ne mara, da kdo ocenjuje njen videz. (A1_12)*Ni mi prijetno, ker ne maram da komentirajo moj videz, sama pri sebi pa se vedno bolj sprejemam, sem vedno bolj samozavestna./* Glede športnih aktivnosti in spreminjanju podobe telesa v večini zanikajo vpliv prijateljev, izpostavljena je bila bolj pobuda, na katero so se pozitivno odzvale. (A2_15)*Trudim se spremenit svoje telo v bolj vitalno, ker me prijatelji povabijo k športnim aktivnostim, ni pa tako da bi izključno zaradi kolegov želela telo spremeniti./* Ena izmed sogovornic pa se še danes trudi, da bi bilo njeno telo prijateljem bolj všeč. (A4_14)*Ja. Zato, da bi se počutila bolj sprejeto med njimi, bila bolj samozavestna v njihovi družbi./* Danes so na kritike družbe bolj odporne, a včasih temu ni bilo tako. Veliko jih je bilo v mlajših letih do svojega telesa bolj kritičnih. (A2_25)*Ni bilo vedno tako, ko sem bila mlajša sem bila bolj kritična do svojega telesa zaradi vrstnikov, zdelo se mi je da moram bolj spadat v ta ženski ideal, ki ga po mojem v bistvu ni./* Zaradi nižje samozavesti, so se poskušale čim bolj približati idealom prijateljev. (A2_26)*Nisem bila tok samozavestna, želela sem se bolj približat idealom mojih prijateljev, da bi jim bila bolj všeč.* Zaznala sem vedno bolj razširjeno prepričanje deklet, ki povezuje stopnjo lepote s stopnjo spoštovanja in vzorci obnašanja, ki so jih deležne v družbi. (A2_27)*Sem mislila da če jim bolj všeč, bi me bolj spoštovali, me bolj sprejemal, me imel rajše v družbi./* (A4_20)*Glede na moje telo se potem obnašajo drugače, se ne ukvarjajo z mano toliko kot se z ostalimi ki imajo boljšo postavo./*

Razlogi za potrebo po ustrežanju družbenih kriterijev so precej povezani spet z občutkom pripadnosti in stopnjo sprejetosti v družbo. (A2_49)*Če si drugačen, te ljudje drugače gledajo, recimo ječmen, so me že čudno gledali./* (A2_48)*Ker se mi zdi da te potem druba lažje sprejme./* (A4_16)*Zaenkrat se počutim "srednje" sprejeto./* Sogovornica je prepričana, da njen občutek sprejetosti izhaja iz njene zunanje podobe. (A4_17)*Razlog je da nimam takega telesa, kot sem si ga jaz zamislila oziroma kot bi ga družba pričakovala od mene./* Izpostavile so tudi vedno bolj aktualno ustrežanje lepotnim standardom na razgovorih za delo in delovnih mestih ter povezavo med zunanjo podobo posameznika in širino kroga prijateljev. (A3_42)*Zato ker je danes recimo za službo pomembno da ustrezaš nekim standardom, in če jim ne, enostavno izpadeš./* (A5_35)*Ker če si drugačen te ne sprejmejo, imaš težave z iskanjem službe, sklepanjem novih prijateljstev./*

Na dekletih, pričakovanja družbe in točno določeni kriteriji zunanje podobe ženskega telesa, pustijo ali so pustili posledice predvsem na emocionalni ravni. (A1_34)*Pritisk, nisi nikoli za nič dober, ne dosegaš standardov, notranji konflikt.* / (A3_44)*Grozen. Včasih sem čutila veliko pritiska zaradi tega.* / Zaradi dolgotrajne primerjave z množico "enakih", ki ustrezajo standardom, so se pokazale tudi spremembe pri samozavesti. (A2_50)*Manj samozavesti – pri družbi recimo, ker se pokušaš približat veliki povprečni večini, sebe primerjam z množico.* / (A2_56)*Sem se zaradi tega slabše počutila, nekako zatirano.* / (A2_57)*Hotela sem biti tako kot ostali, ne drugačna. Slediti množici.* / Pri eni od sogovornic sem zasledila zelo močne posledice družbenih pričakovanj in pritiska na njeni samozavesti in načinu življenja. (A4_49)*Zato se nerviram glede teže, vizualnosti, se obremenjujem, ves čas v moji podzavesti da moram shujšat.* / (A4_50)*Ko jem mi je vseeno, ko pojem mi ni več vseeno.* / (A4_51)*Sem tudi bila na dieti, tudi trenutno sem.* / Kriteriji se ves čas spreminjajo, obenem ves čas ostajajo strogi, od deklet se vedno pričakuje nekaj novega, nikoli ne dosežejo popolnosti. (A5_37)*Težko je, ker nekaj spremeniš da bi družbi bolj ustrezal, potem se spet najde nekaj drugega itd.* / To, da je potrebno družbenim kriterijem ustrezati je nekaterim postalo že popolnoma neopazen del vsakdana. (A5_36)*Samoumevno mi je, o tem še nisem razmišljala.* /

Način spopadanja s pričakovanji

So dekleta, ki se trudijo s pričakovanji spoprijeti na način, ki je vedno bolj prisoten v družbi, tudi vedno bolj promoviran, zdrav način življenja. (A1_35)*Pogovarjam se sama s sabo, razmišljam o zdravi prehrani in o zdravem načinu življenja. Šport.* / Ena izmed sogovornic je izpostavila pomembnost ljubezni in sprejetosti s strani posameznika, ki ti je najbližje, kot pomoč pri premagovanju pritiska družbenih pričakovanj. (A2_53)*Trenutno mi je vseeno, ker imam nekoga ki me ima rad tako kot sem. Če te ljudje ki jih imaš rad sprejemjo takega kot si, si takoj bolj prepričan vase.* / (A2_60)*Za vsakega se najde nekdo, ki ga bo imel rad takega kakršen je. To je meni osebno pomagalo pri premagovanju nizke samozavesti.* / Nekatere se s pričakovanji spopadejo tako, da jim poskušajo bolj ustrezati in s tem ne bi več čutile tako močnega pritiska. (A1_36)*Sem spremenila način prehranjevanja ker sem želela boljše zgledat.* / (A3_48)*Poskušala sem ugodit tem pričakovanjem. – sprememba hrane, diete, več športa.* / Izpostavijo spet spremembe na emocionalni, duševni ravni in znižanje samozavesti. (A3_49)*Imela sem tudi nižjo samozavest, slabe volje, tudi zelo ekstremno sem spremenila prehrano da bi ustrezala drugim.* / (A4_53)*Težko. Obremenjujem se sama s sabo, imam slabo mnenje o sebi, ne znam se s tem spopasti, zato*

nastanejo zametki depresije./ Imajo tudi povsem samosvoje načine s katerimi si pomagajo, pri pridobivanju odpornosti na pritisk standardov, izpostavijo starost. (A5_38)Prepričujem se da mi je vseeno./ (A5_39)Starejša kot sem, manj se s tem obremenjujem./

Vpliv na samopodobo

Večina sogovornic ima danes boljšo samopodobo kot v preteklosti, kljub nenehni prisotnosti družbenega ocenjevanja. *(A1_38)Imam o sebi dobro mnenje./ (A1_39)Usklajujem pričakovanja tako da se izobražujem, berem, reflektiram, razmišljam o svojih občutkih, se ravnam po njih./* Nekatere so izpostavile, da včasih njihova samopodoba ni bila tako visoka. *(A5_42)V srednji šoli sem imela zaradi tega večje težave ker je res vplivalo na mojo samozavest, zdaj sem se pa naučila da imam rada sama sebe takšno kakršna sem./* Začele so se zavedati, da je bolj pomembno samo-sprejemanje kot družbeno. *(A3_53)Ker sem spoznala da sem sama najbolj pomembna, začela sem gledat bolj nase kot na druge./ (A2_58)O sebi imam še vseeno dobro mnenje, ker delam na tem da se bom dobro počutila, ne da bom vseč nekomu drugemu./* Na nekaterih so družbeni pritiski pustili globljo rano na samopodobi. *(A3_22)S tem se precej obremenjujem, ker sem redko popolnoma zadovoljna. Vedno nekaj najdem kar me moti./* Kljub poskusu boljšega samovrednotenja, jih je družba hitro zatrla. *(A3_51)Tudi če sem si želela bit vseč, sem dobila občutek da si ne smem bit vseč./ (A3_52)Zato ker nisem ustrezala temu kar so drugi od mene pričakoval./* Še vedno se trudijo uskladiti družbena pričakovanja in vzpostaviti pozitivno samopodobo. *(A4_56)Se pa na vse načine trudim usklajevati družbena pričakovanja s samopodobo s tem da pazim kaj jem, več športam itd. Oziroma jem bolj zdravo./*

4.2.5 Etnične manjšine in vpliv različnih pričakovanj

Predvidevala sem, da bodo pripadnice etničnih manjšin pod večjim pritiskom pri pričakovanjih družbe, da se bodo s tem težje spopadale, ker je njihova kultura drugačna od medijske. Rezultati le delno potrjujejo mojo hipotezo. Spet moram poudariti, da je precejšnja razlika pri doživljanju študentke in deklet, ki sem jih intervjuvala v naselju. Ker študentka že od začetka srednje šole med tednom živi izven skupnosti, je nanjo okolje in naša kultura vplivala precej bolj intenzivno.

Samo ena iz naselja in omenjena študentka sta izpostavili, da pričakovanja družbe na njih ne vplivajo dobro, oziroma da zaradi tega na sebi čutijo pritisk. (B1_52)*Pričakuje od tebe da boš vedno urejen. Da boš po vseh standardih.*/ (B1_55)*Na sebi čutim pritisk.*/ To ne vpliva samo na poskus po izboljšanju telesne podobe, pač pa tudi na psihosocialni razvoj deklet. (B1_56)*Zelo me je prizadelo, več let po tistem sem si to zapomnila. Vse detajle.*/ (B5_28)*Sem pod pritiskom.*/ Samo z eno besedo je sogovornica dovolj nazorno opisala občutek, ki se v njej poraja zaradi pritiska družbe: (B1_51)*Naporen.*/ Kakršnokoli komentiranje drugega telesa, se ji zdi nesmiselno in nepotrebno. Na sogovornici pusti vsak komentar svoj pečat. (B1_62)*To me zelo prizadane, tudi babica je nehala s komentarji, ker ve da me prizadane.*/ (B1_63)*Moje telo je moja stvar.*/ Izpostavljena je bila tudi pomembnost privlačnosti za partnerja. (B1_60)*In če veš da nisi privlačen za partnerja. Najbolj me skrbi da nebi bila všeč partnerju.*/ O tem je sogovornica po odgovorih sodeč že precej razmišljala, in res je bilo jasno, da ji je v življenju ena od prioritet tega partnerja obdržati in ustrezati njegovim kriterijem. (B1_57)*Strah me je, da ko bom imela otroka, da bom ostala debela.*/ (B1_58)*Veliko partnerjev se tega prestraši.*/

S pričakovanji in komentarji družbe se dekleta spopadajo različno. Nekatere izberejo začasen umik iz družbe (B5_29)*Malo se postavim v osamo, izdihnem, se pomirim. Se pogovorim z ostalimi.*/ Druge se odločijo za bolj borbeno pot. (B1_61)*Vedno se upiram, ugovarjam. Če mi kdo kaj reče vedno nazaj odgovorim, ali se celo skregam z mamo. Če komentira moj videz.*/

Ostale Rominje so glede mnenja družbe, pričakovanj in kriterijev, ki jih današnja družba postavlja, neobremenjene. Zaznati je bilo visoko mero samozavesti in podporo staršev ter prijateljev. Dekleta so prepričana v svoje telo in v lojalnost svojih bližnjih, ne glede nna njihov izgled. (B3_25)*se mi ne zdi pomembno.*/ (B3_26)*Tudi če nebi bila suha nebi nikoli name gledali drugače.*/ (B3_28)*Mislim, da ni potrebno ustrezati kriterijem, zato se s tem ne obremenjujem.*/ (B4_23)*Nisem pod pritiskom*/

Na Rominjo, ki je šla že ob začetku srednje šole živeti v študentski dom v Ljubljani, je družba vplivala precej agresivno, brez ozira na njeno doživljanje. (B1_42)*Nevem. Mislim da je bolj družba spremenila moj pogled na svoje telo. Pa telenovele!* Tega so bile deležne po večini tudi slovenska dekleta, a stalno stanujoče v romskem naselju, tega pritiska niso doživele. Ker je bila študentka iz romske družine izpostavljena obsojujočim pogledom in rangiranju družbe glede na določene kriterije, je to vplivalo na njeno samozavest.

(B1_67) Zaradi videza, nisem bila med tistimi lepoticami, večkrat sem slišala opazke, ker so bile kolegice lepše in so mene primerjali z nasprotjem./ (B1_68) Veliko sem rabila da sem zgadila samozavest./ Kot je družba pripomogla k nižanju samozavesti, je pripomogla tudi k ponovnem zvišanju. (B1_69) Ko sem dobila boljšo postavo, prsi, rit, so me začeli hvaliti, se obračali za mano./ Do danes je pridobila toliko samozavesti, da lahko jasno izrazi zadovoljstvo s svojim izgledom. (B1_64) Sem dovolj samozavestna, toliko sem delala na sebi, da sem zdej zadovoljna./

Pri dekletih, ki družbenim kriterijem in ocenjevanjem niso bile izpostavljene, upada samozavesti ni opaziti. *(B3_29) Sem si všeč, sem samozavestna./ (B4_24) O sebi imam dobro mnenje./ (B4_25) Me doma pohvalijo in prijatelji me pohvalijo./ (B5_30) Sem si všeč, tudi če kdo kaj komentira./* Doma in med prijatelji imajo popolno podporo, z zunajo kulturo nimajo veliko stika in tako lahko njihova samopodoba brez dodatnih ovir lahko ostane pozitivna.

5 RAZPRAVA

V raziskavo sta bili vključeni dve skupini deklet. Ena je sestavljena iz članic slovenskih družin, ki živijo v Sloveniji, druga iz članic romskih družin, ki prebivajo v Sloveniji. Pri pridobivanju kontaktov romskih deklet sem sprva naletela na nekaj težav, ker ni bilo zaznati zainteresiranosti za sodelovanje služb, s katerimi bi si pomagala do stika z romskimi dekleti. Obrnila sem se na srednje šole v Ljubljani in Novem mestu, od koder sem dobila zelo skope, kratke odgovore, ali pa odziva sploh ni bilo. Kasneje sem se odločila, da poskusim še na Fakulteti za socialno delo in CSD v Trebnjem, Krškem ter Novem mestu. Iz CSD v Trebnjem sem dobila zelo pozitiven odgovor in povabilo na obisk v romsko naselje, kjer ena izmed socialnih delavk vsako popoldne od ponedeljka do petka pomaga romskim družinam pri vsakodnevnih opravkih ter otrokom pri šolskih obveznostih. Tam sem nato opravila štiri od petih intervjujev z romskimi dekleti. Odzivi so bili precej skromni, razumevanje vprašanj bolj slabo. Zato sem vprašanja poenostavila in zapisala kratke odgovore, ki sem jih prejela. Rominja, s katero sem opravila prvi pogovor, je študentka v Ljubljani in že od začetka srednje šole med tednom živi v Ljubljani izven svoje skupnosti. Z njo sva imeli daljši in bolj bogat pogovor, zato sem njene odgovore lahko bolj konkretno uporabila v raziskavi.

Nobene od ugotovitev nebi posplošila na celotno populacijo, ker je tema osebna, doživljanje vsakega posameznika pa drugačno. Lahko si pa iz ugotovitev ustvarimo vsaj okvirno sliko, kakšno vlogo igrajo mediji in družba v življenju mladih deklet.

Do zanimivih ugotovitev sem prišla na področju medijev in njihovega vpliva na dekleta iz etničnih manjšin. Rezultati so pokazali drugačno sliko, kot sem jo pričakovala in sicer, da so pripadnice romske skupnosti precej manj obremenjene z mediji in podobnostjo z idealom, ki ga mediji projicirajo, kot sem predvidevala. Dekleta ne poznajo revij, ki so slovenskim predstavnicam ženskega spola znane že od osnovne šole. Kdaj pa kdaj so kakšno prelistale, ampak ne poznajo naslovov, niti jih ne kupujejo. Zaradi tega so precej manj obremenjene z lastno zunanjo podobo in ustrezanjem standardom družbe. Posledično imajo ta dekleta tudi precej bolj pozitivno mnenje o sebi, v primerjavi s slovenskimi, katere so lahko zatrdile, da so vsaj v enem obdobju v mladih letih že imele precej slabo samozavest zaradi ocenjevanja njihovega videza s strani družbe.

Vse to je ena od značilnosti njihove kulture in težnje po ohranitvi nekaj avtentičnih lastnosti. Dekleta, ki živijo v skupnosti, so od vplivov zahodne kulture precej odmaknjena, saj imajo tudi na Inštitutu za izobraževanje odraslih, kjer nadaljujejo šolanje, razred samih Romov. Ena od teorij, ki govori o vplivu medijev na občinstvo je kulturna teorija, ki se lepo poveže z mojimi ugotovitvami. Pravi, da se medijska sporočila skozi okolje v katerem se posameznik giblje, ali skozi skupino, kateri pripada, naprej ocenijo, obdelajo in se zavrnejo ali vključijo v vrednotni sistem posameznika ali posameznice (Verša 1996: 9, po Rot 1987). V tem primeru so bila na podlagi kulturnih vrednot in stališč, medijska prepričanja zavrnjena. Izjema je bila študentka, ki pa je izpostavila vpliv medijev in željo po telesu iz revij, a spet z malo več oblinami. Ta posameznica je že od začetka srednje šole precej bolj intenzivno vključena v slovensko kulturo, ki je vedno bolj pod vplivom zahodnih vrednot, standardov in meril. Njeni odgovori so bili precej bolj podobni odgovorom slovenskih deklet, kot pa romskih. To mi pove, da so družbeni vplivi in mediji zelo pomemben faktor, kako v življenju doživljamo sebe in okolico. Kljub spoštovanju in vključenosti v svojo lokalno kulturo, se je vzporedno prilagajala še slovenskim vesterniziranim kriterijem. Ravno to opisujeta Hermans in Dimaggio (2007), ko govorita o razvijanju bikulturne identitete. Del identiete posameznikov, ki to razvijejo, pripada njihovi domači kulturi, drugi del pa se prilagaja globalnim standardom. To je težka naloga, sploh v obdobju adolescence, ko je največ možnosti, da se srečajo s tem pojavom. Če posamezniku ne uspe vzpostaviti ravnovesja med dvema identitetama, laho pride do identitetne zmedenosti, kot sem že pisala v teoretičnem delu.

Popolnoma na ideale medijev romska dekleta iz skupnosti niso odporna, čeprav so vpliv medijev na njihovo percepcijo ideala ženskega telesa sprva zanikale. Skozi pogovore sem ugotovila, da imajo osebno predstavo o ženskem telesu precej podobno medijski, čeprav ima njihova kultura drugačna merila. So poudarile, da jim tako suha dekleta kot so v medijih niso všeč, dodale bi jim samo malo oblin, ostale lastnosti pa bi večina obdržala. Torej tudi če skozi kulturo mediji niso uspeli prodreti prav globoko, so še vedno na vsakem koraku prisotne te podobe, ki jim ne moramo uiti. Dekleta morajo v šolo, službo itd., in na poti vidijo vsaj nekaj jumbo plakatov, na katerih so fotografije današnjih idealov. Prav tako gledajo televizijo, poslušajo radio, ali na avtobusu berejo reklamne članke. Medijem je danes nemogoče uiti, je pa očitno še mogoče, da se njihov vpliv vsaj malce zaustavi in s tem dekletom prizanese z dodatnimi obremenitvami glede svojega videza in posledično slabo samopodobo.

Moja predpostavka je bila, da bodo dekleta iz romske etnične manjšine še bolj nezadovoljna s svojim telesom kot slovenska, zaradi dvojnih meril lokalne in globalne kulture ter s tem dvojnih in različnih pričakovanj. Ugotovila sem, da so dekleta, ki so od naše kulture malce odmaknjena, s svojim telesom precej bolj zadovoljna kot pa slovenska, ki so v zahodno kulturo aktivno vključena. Te ugotovitve sem sprejela kot prijetno presenečenje, saj nisem pričakovala da so pri nas še kulture, ki sporočila medijev uspešno zavračajo. Veseli me, da dekleta lahko brez obotavljanja povejo, da so s svojim telesom zadovoljna, ter da v skupnosti in družini čutijo podporo in pripadnost, ne glede na zunanji videz.

Temu pa ni tako med slovenskimi članicami. Počutijo se veliko bolj pod pritiskom zaradi stalne primerjave z idealnimi telesi iz medijev. To izpostavi tudi Kuhar (2004: 98), ko povzame teorijo socialne primerjave po Festinger (1954), v Grogan (1999). Ta pravi, da mediji vplivajo na ženske in moške s tem, ko jim ponudijo lastna telesa kot izhodišča za primerjavo, največkrat neugodno. Primerjajo pa se najbolj pogosto takrat, ko so s svojo podobo nezadovoljni, velikokrat se to prvič zgodi ravno v adolescenci. Poudari še, da to pri posameznikih vpliva na samokritiko, občutje krivde in znižanje samovrednotenja. Dekleta so z odgovori potrdile zgornjo teorijo, saj so povedale, da so s to sliko odraščale in sčasoma se jim je ustalila nekje v podzavesti, od koder jo je po daljšem času težko odstraniti. Veliko jih je izpostavilo, da so bile v času srednje šole, torej v obdobju, ko se na telesu zgodi tudi največ sprememb, veliko bolj občutljive na ocenjevanje s strani okolice, prijateljev in družine, kar potrjuje zgornjo teorijo socialne primerjave. Tomori (1990: 57) se sklada z Grogan (1999), ko pravi, da je odnos do telesa v tem obdobju zelo pomemben sestavni del celotnega zavedanja sebe in prav tako vir ocene lastne vrednosti. Zaradi želje po idealu telesa iz medijev so se nekatere poslužile ekstremnih diet in hujšanja. Nasvete za lažje doseganje ideala, so zasledile ravno v medijih, zraven slik 'popolnih' žensk. To je še ena od strategij medijev in tudi ena izmed glavnih funkcij, in sicer reklame, prodaja in spodbujanje potrošništva. Ženske so pri tem glavno občinstvo. V revijah sproti ustvarjajo ideale, ki so nam vedno bolj nedosegljivi, ob tem pa ponujajo vedno več izdelkov s katerimi si lahko pomagamo, da bomo ideale dosegli. Namerno povzročajo med ženskami nezadovoljstvo s svojim telesom, zato da se višajo številke oziroma zaslužek teh, ki medijem v prvi vrsti omogočajo delovanje. Kot pravi Verša (1996: 31), je namen oglasa pritegniti pozornost potrošnice in jo spodbuditi h nakupu proizvoda. Pozornost ustvarijo najprej s podobo 'popolne', občudovanja vredne ženske, ki se pojavi v reklami, takoj za tem

pa predstavijo produkt, s katerim bomo dosegle tak videz, posledično se nam bo zaradi večje privlačnosti odprl svet novih priložnosti. To je eno glavnih sporočil medijev, ki jih lahko zasledimo v današnjem času. Revije morajo svoj komercialni interes zaščititi in zato so prisiljene gojiti nezadovoljstvo žensk z videzom, s tem da jim posredujejo podobe nerealnih modelov in zagovarajo ozko definiran ideal lepote. zaradi oglaševalcev morajo revije bralke spodbujati k čim večjemu potrošništvu na področju lepotnih izdelkov in storitev (Kuhar 2004: 101).

Zanimiva ugotovitev se mi zdi, da se večina mojih sogovornic zaveda neracionalnosti predstave medijev, prav tako so možnost uresničitve ideala ocenile precej nizko, a še vseeno si to telo želijo. Po eni strani zavedno, po drugi nezavedno si zastavljajo cilje, ki so zelo težko dosegljivi, oziroma nedosegljivi. S podporo medijev, si ne dovolijo biti vseč in se sprejemati kot celoto, v svoji koži.

Lepota je vedno bolj vezana na stopnjo uspešnosti in sreče v življenju, kar dejansko tudi vedno bolj vpliva na percepcijo deklet in celotne potrošniške družbe. Moje sogovornice so izpostavile pomembnost dobrega izgleda pri sklepanju novih prijateljstev, pridobivanju poznanstev in uspešnosti pri možnosti zaposlitve. Kar precej slovenskih deklet je prepričanih, da je njihova uspešnost na razgovoru za delo, odvisna od njihove zunanje podobe, ne glede na vrsto dela. Tudi sama sem že prišla do tega sklepa, saj po lastnih izkušnjah in izkušnjah mojih prijateljic in znank lahko potrdimo, da je danes videz in prvi vtis v pridobivanju novih kontaktov na prvem mestu. Veliko si jih že na podlagi prvega pogleda na posameznika ustvari o njem določeno zgodbo, mu pripiše lastnosti in take vzorce obnašanje potem od njega tudi pričakuje. O tem razpravlja tudi Goffman (1963: 12), ki to poimenuje navidezna socialna identiteta. navidezna zato, ker je ustvarjena na podlagi naših domnev, dejanska pa bi bila določena z značilnostmi, ki jih lahko dokažemo.

Na njihovo percepcijo lastnega telesa vpliva tudi družina, še močnejše pa prijatelji in današnja družba. Samo ena izmed slovenskih deklet je odgovorila, da na njeno doživljanje lastnega telesa družina ni vplivala. Pri ostalih so družinski člani skozi obdobje odraščanja deklet, njihova telesa ocenjevali in komentirali, nadzirali njihove prehranjevalne navade in s tem oblikovali mnenje sogovornic kakšno telo je sprejemljivo in kakšno ni. V nekaj primerih so kriteriji družine podobni ali cel isti kot kriteriji medijev, ki se uveljavljajo tudi v širši družbi, v večini družin sogovornic pa tega ideala ne podpirajo. Predvsem ga dojemajo kot nezdravo, presuho in nenaravno žensko telo.

Pri romskih dekletih je le ena potrdila enakost ideala ožje družine in medijev, a nobena izmed deklet iz naselja. Pri starejših generacijah je še vedno prisoten lokalni ideal, in sicer močnejša ženska z oblinami, kar kaže na dobro preskrbljenost družine in sposobnost ženske ob skrbi za otroka. Samo ona je izpostavila vpliv družine na njeno percepcijo idealnega ženskega telesa. Ostala dekleta, ki živijo v skupnosti, so to zanikale. V njihovih družinah se teme telesa ne dotikajo, komentarjev s strani staršev in ožjih družinskih članov ni. Vse verjamejo, da bi jih družina podpirala ne glede na telesno postavo. Ker je enako tudi med prijatelji, to ugodno vpliva na njihovo samopodobo. So namreč veliko bolj prepričane vase in v svojo podobo, kot so slovenska dekleta. Kot sem že prej omenila, sem bila prijetno presenečena ob odgovorih deklet iz etnične manjšine, saj sem pričakovala nižje ocene samopodobe in samovrednotenja. To pa zato, ker sem predvidevala, da se trudijo vključiti in ustrezati kriterijem slovenske kulture, ki ima že večino karakteristik zahodne, in je različna od romske in obenem seveda obdržati domačo, romsko kulturo. Ker v slovensko kulturo niso aktivno vključene in imajo večino prijateljev Romov, niso deležne pritiska globalne družbe in prepričanj. Niso popolnoma izolirani, pač pa le vzdržujejo svojo kulturo s svojimi navadami, običaji, stališči in vrednotami. To bi po Hermans in Dimaggio (2007: 33) poimenovali lokalizacija. Na njih je vplivala tudi globalizacija, kar lahko podpremo z dejstvom, da so prečkali meje in zaživeli v drugi državi, so jasen primer medkulturnega sobivanja, v določenih vzrocih sledijo današnjim družbam. Ta dva pojma – globalizacija, lokalizacija – se ne izključujeta, pač pa sobivata in se izmenično dopolnjujeta. Lokalizacija je odgovor oziroma reakcija na globalizacijo (Hermans in Dimaggio 2007: 33).

Tako kot družina, imajo tudi prijatelji sogovornic vedno bolj odklonilen odnos do medijskega ideala, a še vseeno precejšen vpliv na percepcijo idealne slike telesa ter na samopodobo. Iz njihove strani so deležne več komentarjev, tako pozitivnih kot negativnih. Predstavo ženskega ideala so si ustvarili skupaj, saj so odraščali v podobnem okolju z isto intenzivnostjo moči in vpliva medijev. Že samo komentiranje drugih deklet ali slik v revijah je bilo dovolj, da so si nekatera dekleta ustvarila predstavo o tem, kaj je privlačno in kaj ni. Ob poslušanju predvsem moškega dela družbe, so si dekleta želela, da bi imele tako telo, da bi jih moški pohvalili. A ustrezati vsem, je nemogoče. Čeprav mediji posplošujejo in projicirajo zelo ozko sliko ideala ženskega telesa, imajo posamezniki še vedno drugačne poglede in individualne kriterije za lepoto. Pritiski družbe na področju

sprejemljivosti podobe današnje moderne ženske, neugodno vplivajo na dekleta, predvsem v času odraščanja, odkrivanja identitete in razvoja samopodobe.

Po razlagi Kobal (2001: 26), se posameznik na prvi ravni ocenjuje v skladu s sodbami, ki jih doživlja in za katere misli, da jih imajo o njem drugi. Na drugi ravni pa posameznik presoja mnenja drugih, ki misli, da jih imajo o njem. Ustvarja si mnenja na podlagi primerjave samopredstave s predstavo, ki meni da jo imajo o njem drugi in na podlagi primerjave sebe z idealno predstavo drugih in samopredstavo. Zato je zelo pomembno, kako dekleta doživljajo mnenja okolice o njihovem telesu, saj si s tem oblikujejo telesno samopodobo, ki pa je zelo pomemben del celostne samopodobe. V primeru, da ima posameznica slabo telesno samopodobo, je težko doseči zdravo in pozitivno celotno samopodobo. Zato sem intervjuje po vprašanjih o telesu in sprejemanju lastnega telesa, usmerila še v samopodobo, saj se tudi po lastnih izkušnjah zavedam kako pomembno vlogo igra zadovoljstvo s telesom pri samozavesti in pozitivnem samovrednotenju.

Telesna samopodoba se oblikuje na podlagi zaznav posameznika kot tudi na osnovi bolj ali manj stereotipnih odzivov drugih oseb na posameznikov telesni videz. Kako človek doživlja odzive drugih pa je spet odvisno od tega kakšno predstavo ima on o sebi (Kobal 2001: 65). Občutki glede lastnega videza, ki so lahko tako pozitivni kot negativno, kakor tudi telesan samopodoba, lahko vplivajo na človekovo vedenje, samovrednotenje, doživljanje drugih in posledično na medosebne odnose. Kuhar (2004) in Kobal (2001) se strinjata, da je telesna samopodoba pomemben del celotne samopodobe posameznika, ki se povezuje še z osebnostnimi zbačilnostmi in (ne)zadovoljstvom s samim seboj.

Ocene lastnih samopodob intervjuvank so bile različne. Pri romskih dekletih iz naselja je bila in še vedno je samopodoba pozitivna, s svojim telesom so v 90% dekleta zadovoljna. To se mi zdi v današnjih časih zelo redko, sploh pri najstnicah, ki so do sprememb telesa najbolj kritične. Že nasploh zdrava samopodoba in visoka samozavest so pri najstnicah tako neobičajne, da so velikokrat zamenjane za aroganco. Visoka samozavest romskih deklet je bila še ena od ugotovitev, ki jih nisem pričakovala. Kot sem že prej omenila, dekleta niso obremenjena z mnenjem družbe, družina in prijatelji pa jih podpirajo in ne ocenjujejo njihove telesne postave.

Pri slovenskih dekletih je situacija obratna. Že prej sem zapisala, da so glede mnenja družbe precej bolj pod pritiskom, zaradi tega imajo tudi slabšo telesno in posledično celotno samopodobo. Občutek pripadnosti določeni skupini je pri slovenskih dekletih zelo

šibek, v primerjavi z romskimi, ki se čutijo pripadne in sprejete v svojo skupnosti, ne glede na videz, izobrazbo, starost, itd. Prav zaradi tega, bi predpostavljala, da se slovenska dekleta trudijo še bolj ugoditi družbi. Ni občutka pripadnosti in sprejetosti eni skupini, brez strogih kriterijev za vstop. Trudijo se ugoditi standardom današnje širše družbe, da bi bile sprejete v čim več družbenih skupin, bile zaželenne na več področjih, ker ne obstaja ena skupina, kjer bi se počutile popolnoma sproščeno in sprejeto, ne glede na njihovo telesno postavo in videz, kot se Romi v svoji skupnosti. Slednji že imajo svojo družbeno skupino, kateri pripadajo in kjer jih nobeden ne ocenjuje, zato niti nimajo želje ali zanimanja za prilagajanje še dodatnim, drugačnim. Slovenska dekleta so izpostavila tudi spoštovanje, povezano z lepoto. Torej, bolj kot se bodo približale idealu, bolj bodo v družbi spoštovane in tudi sprejete. To bi povezala s še enim novim prepričanjem družbe, ki ga je izpostavila Benson (1997: 123), in pravi, da je v današnji družbi telo oziroma fizičen videz posameznika vedno bolj povezano z 'jazom' posameznika. Slabo telo je debelo, zanemarjeno in kaže na len in nediscipliniran 'jaz' posameznika, dobro telo pa je vitko, suho in urejeno. Z 'lepim' telesom pokažeš oziroma dokažeš, da si fizično in psihično stabilen, močen in sposoben. Ravno zaradi tega prepričanja v zahodni družbi, se dekleta še bolj trudijo ideale uresničiti. Predpostavljanje, da je posameznik z močnejšim telesom len in nesposoben, se mi zdi zelo ozkogledno. Glede na to, kako hitro se danes širijo informacije po svetu s pomočjo globalizacije, in da tudi v Sloveniji ne zaostajamo, bi se družba počasi že lahko začela zavedati, da debelost ni stvar lenobe, ampak velikokrat podedovana ali vzrok zdavstvenih težav, lahko tudi prostovoljna izbira posameznika. Ob tem bi se rada navezala še na članek, ki sem ga slučajno brala na internetu na enem od družbenih omrežij. Napisan je bil s strani potnika letala, zraven katerega je sedela ženska močnejše postave. Sprva se je pisec članka nad njo zgražal, na njena vprašanja odgovarjal zelo skopo in nezainteresirano, se poskusil umakniti kakršnemukoli dotiku s to žensko, samo z enim razlogom, in sicer ker je bila gospa precej močnejše postave. Skozi polet je ugotovil, da je njegova sopotnica polna energije, pozitivne, humorja in da h sebi privlači veliko število ljudi, ki se z veseljem pogovarjajo z njo in nasploh uživajo v njeni družbi, saj je bilo na koncu že skoraj celotno osebje prisotno ob njunih sedežih. Tudi sam se je sprostil, se z njo začel pogovarjati in spoznal njeno zgodbo. Gospa se je sama odločila, da bo prišla do te postave in jo tudi vzdrževala, ker, kot pravi, ima »v sebi toliko energije in sreče da je suho telo nebi preneslo.« Kljub močnejši postavi, je povedala, ima še vedno snubce, ogromno prijateljev, moža in otroke, ki jo imajo radi in jo sprejemajo takšno karšna je. Tudi je pisec je uvidel, da ima gospa neverjetno energijo, privlačnost, široko

znanje na različnih področjih, karizmo, ki se je pokazala čim ji je dal priložnost, da pokaže kaj se skriva pod njeno fizično podobo. Ob koncu članka je pisec zapisal, da je bila ta ženska, najlepša ženska kar jih je spoznal v življenju (Damn: Life: Flight for each inch).

S tem bi rada povedala, da je današnja družba postala tako polna predsodkov in sodb posameznikov, ki temeljijo na njihovem zunanem videzu, da nizke samozvesti deklet sploh niso več nekaj nenavadnega, ampak bolj samoumevni pojav vsaj v mladostništvu, če ne še v obdobjih, ki sledijo. To so potrdila slovenska dekleta, saj so vse povedale, da so imele v času srednje šole nižjo samozvest in so bile bolj dovzetne za vplive okolja ter družbe. To je obdobje iskanja lastne identitete oz. samopodobe, razvijanja odnosa do lastnega telesa, oblikovanja spolne vloge, odnosov z drugimi, oblikovanje ustreznega vrednostnega sistema in moralnih načel (Kobal 2001 po Horvat, Magajna 1987; Žmuc-Tomori 1983). V teh letih se pojavi tudi največ primerov motenj hranjenja med mladimi, predvsem dekleti. To potrjuje statistika zdravljenja motenj hranjenja v Sloveniji, ki pravi, da je med zdravljenimi v bolnišnicah 90% posameznikov mlajših od 25 let, najpogosteje so stari od 15 do 19 let (To sem jaz: članki: razširjenost motenj hranjenja v sloveniji).

Ker se, kot lahko potrdim z zgornjim odsekom Kobal (2001), v obdobju mladostništva še oblikujemo svoja prepričanja in vrednote, vloge v družbi, družini in iščemo svoje mesto v družbenih skupinah, smo na vplive okolja bolj občutljivi in se pripravljani prilagajati standardom, ki od nas zahtevajo da jim ustrezamo, v zameno za vključenost v družbo. Po obdobju srednje šole, so dekleta povedala, so uspele samozvest zvišati, do lastnega telesa niso bile več tako kritične in tako je lahko celotna samopodoba zrasla do te mere, da se danes veliko manj ukvarjajo z mnenjem drugih. Kako so do tega prišle, jih veliko ni znalo odgovoriti, a smo skupaj prišle do zaključka, da je tudi to bila ena od posledic družbenih vplivov. Po srednji šoli, se je družba deklet malce razširila, začele so se gibati v bolj heterogenih družbenih krogih in prejele vedno več pohval njihove zunanje podobe. Sčasoma, so se na podlagi pozitivnih komentarjev, začele v svoji koži počutiti bolje, začele sebe in svoje telo bolj ceniti, ter v nekaj letih razvile bolj zdravo in pozitivno samopodobo. Tega niso uspele doseči vse moje sogovornice, lahko pa vse potrdijo, da se jim je samopodoba od srednje šole zvišala, nekatere bi si želele še, da so bolj odporne na mnenje družbe in da se naučijo sebe in svoje mnenje postaviti na prvo mesto, kot so se določene že naučile.

S pritiski in pričakovanji so se spopadale različno, ene bolj, druge manj uspešno. Nekatere so se udeležile delavnic, različnih izobraževanj, študirale smer na kateri so že na fakulteti veliko poudarjali pomembnost sebe in se tako naučile, da je potrebno samega sebe na prvem mestu imeti rad, se spoštovati in ceniti, potem te lahko tako obravnavajo tudi drugi. Ob izboljšanju samopodobe so pomagali tudi prijatelji s svojimi pohvalami in podporo. Druge so se s pričakovanji spopadle tako, da so začele slediti navodilom družbe, kako do ideala ženskega telesa. Pričakovanjem se s tem niso uprle, ampak so se jim podredile. Začele so spreminjati prehranjevalne navade – obroke, količino hrane, vrsto hrane itd. in se pospešeno ukvarjati s športom. Giddens (2001) je to poimenoval »telo kot projekt«. S spremembo telesa v bolj 'idealno', si želijo ustvariti v družbi vlogo, ki je bolj zaželjena. Želijo ustrezati pričakovanjem, saj v tem vidijo pot do boljše samopodobe. Telo je postalo predmet urjenja, ki se v današnji družbi imenuje »skrb za telo«. Kuhar (2004), povzame Shillinga (1993), ki kot primer telesnih projektov navaj diet, bodybuilding, zdravje in plastično kirurgijo. Omenja tudi t.i. »delo na telesu«, ki se navezuje na čas, trud in sredstva, ki jih oseba poseduje oz. nameni skrbi za telo (Kuhar 2004: 105).

Kuhar (2004: 12) pravi, da privlačen videz obljublja dobro počutje, samozavest in boljšo samopodobo. A da dosežemo privlačen videz, je potrebno upoštevati družbena in medijska navodila, ki pa so kolo, ki poganja današnjo potrošniško kulturo. Največje zadovoljstvo pri tem ima nedvomno dietna, vadbena, kozmetična in prehrambena industrija, ne posameznice oz. posamezniki, ki so kontinuirano nezadovoljni s svojim telesom zaradi neracionalnih idealov medijev in družbe, ki jih kljub upoštevanju navodil družbe, nikoli v celoti ne dosežejo. To podpre tudi Olivardia (2002), ki telo poimenuje »nikoli dokončan projekt«: vedno je še nekaj kar bi se lahko izboljšalo, vedno še nekaj manjka preden dosežemo popolnost. To lahko ženske vodi do pomanjkljive prehrane, pretiranih diet, motenega hranjenja, prekomerne vadbe in motenj prehranjevanja. Zmerno ukvarjanje s fizično aktivnostjo in zmerna prehrana pa imata pozitivne učinke kot so boljše splošno počutje, več energije, vitalnost, bolj pozitivna samopodoba in samovrednotenje (Kuhar 2004: 105).

V primeru moje raziskave sem pri sogovornicah lahko opazila obe strani. Večina si je samopodobo izboljšala, prav tako splošno počutje, nekatere pa so se poslužile bolj ekstremnih ukrepov, a kljub temu še vedno niso prišle do zadanega cilja. Naj še dodam, da izmed mojih sogovornic nobena ni razvila motenj hranjenja, so pa se posluževale bolj

ekstremnih diet, kot na primer odstranitev vseh izdelkov iz jedilnika, ki vsebujejo gluten in/ali sladkor.

Skozi raziskavo sem prišla do zaključkov, da imajo mediji in današnja družba zelo velik in pomemben vpliv na posameznice, sploh v obobju mladostništva. Ker so v večini že od malega izpostavljene določeni sliki in kriterijem, ki jih je potrebno zadovoljiti, so v obobju spreminjanja telesa, predvsem v času srednje šole, na kritike in ocenjevanja drugih bolj občutljive. Prav tako je to čas oblikovanja lastne identitete in samopodobe, zato jo je lažje podreti kot pa sestaviti, sploh ob stalnem obsojanju s strani družbe.

Pripadnice etničnih manjšin so od vplivov zahodne družbe in medijev precej odmaknjene, zato na njihovo samopodobo in vedenje ne vplivajo tako močno kot na slovenska dekleta. So veliko bolj samozavestne in prepričane v podporo in pripadnost določeni skupini. Standardi njihove kulture so sicer drugačni od zahodne, a jim to ne predstavlja dodatnega pritiska, temveč občutek pripadnosti še poviša. Z idealom medijev so sicer seznanjene, a si ga ne prizadevajo doseči v taki meri kot slovenska dekleta. V krogu prijateljev, družine in skupnosti imajo popolno podporo, telo v večini primerov sploh ni predmet pogovorov in razprav med njimi. V njihovi skupini je z odgovori izstopalo eno dekle, im sicer Rominja, ki trenutno študira v Ljubljani, kjer je obiskovala tudi srednjo šolo, ter tam tudi živi že od začetka šolanja. Domov hodi zmed vikendi. Njeno doživljanje je bolj podobno občutkom, ki so jih izrazila dekleta iz slovenskih družin, kar je dodaten dokaz, da vključenost v širšo slovensko kulturo, ki se vedno bolj podreja standardom Zahoda, na mladostnicah izvaja pritisk na področju lepote, kar vpliva na njihovo samopodobo, samovrednotenje, samospoštovanje, oblikovanje identitete in s tem tudi na medosebne odnose.

6 SKLEPI

- Mediji imajo na pripadnice etničnih manjšin v Sloveniji manjši vpliv, kot na prebivalke Slovenije, ki pripadajo večinski kulturi. Izjema je Rominja, ki študira v Ljubljani in tam tudi začasno živi od začetka srednje šole. Med vikendi se vrača domov v romsko skupnost. Nanjo so imeli mediji in zahodna kultura tako močen vpliv kot na dekleta iz slovenskih družin, ki so odraščale s slovensko kulturo in mediji.
- Na oblikovanje predstave o tem kaj je idealno žensko telo, so na dekleta iz slovenskih družin močno vplivale medijske slike, prijatelji in malo manj družina. Rominje so si predstavo o ženskem telesu ustvarile skozi oči svoje kulture, družine.
- Slovenska dekleta so si bolj prizadevale doseči ali se vsaj približati idealu iz medijev, kot romska, ki ideal sicer poznajo, v nekaterih pogledih imajo podobno sliko 'popolnega' ženskega telesa, a temu niso nikoli posvečale veliko časa in energije.
- Dekleta iz romskih družin se čutijo pripadne in sprejete v svojo družbo, zato se niti ne trudijo spreminjati svojega telesa, ker videza ne povezujejo s stopnjo sprejetosti in občutkom pripadnosti določeni družbeni skupini, kot to doživljajo slovenska dekleta
- Dekleta iz slovenskih družin povezujejo privlačnost in uspešnost na različnih področjih v življenju, z ustrežanjem lepotnim standardom, ki jih narekuje današnja družba. Prav tako se počutijo bolj sprejete, če so po lepotnih kriterijih družbe v kateri se gibljejo.
- Posledice sledenja današnjemu lepotnemu idealu se kažejo na slabi samopodobi in samozavesti slovenskih deklet, ter romske študentke, predvsem v obdobju mladostništva – čas srednje šole.
- Lepotni ideali družin, tako romskih kot slovenskih deklet, se v večini primerov razlikujejo od medijskih predstav. Prav tako imajo tudi prijatelji vedno širšo sliko 'idealnega' ženskega telesa, oziroma o 'idealni' sploh ne govorijo, ker se zavedajo, da je ena sama slika popolnega telesa neracionalna, zaradi različnih konstrukcij teles posameznikov, časa in sredstev, ki bi jih posamezniki lahko namenili spreminjanju podobe svojih teles.

- V primeru romske skupnosti, se ideali razlikujejo od zahodnih, vendar ne zelo strogo. Kot lepe veljajo na ženskah obline, kar obenem predstavlja tudi dobro preskrbljenost družine in sposobnost ženske, da poskrbi za otroka oz. da je zmožna rojevanja.
- Kljub zavedanju, da so slike teles, ki jih projicirajo mediji zelo težko dosegljive oz. za večino nedosegljive ter nerealne, si dekleta teh teles še vedno želijo.
- Kritike telesa s strani družine in prijateljev so sogovornicam iz slovenskih družin znižale samozavest in telesno samopodobo. Danes je njihovo mnenje manj pomembno kot v preteklosti, sploh mnenje družine.
- Potreba po ustrežanju kriterijem in standardom današnje družbe je slovenskim dekletom v preteklosti predstavljala pritisk in breme. Bolj so si želele približati povprečju, da bi se izognile izstopanju iz množice.
- Slovenska dekleta so se posluževala raznih diet, sprememb prehranjevalnih navad in nekatere tudi pretirane fizične aktivnosti, da bi se idealu ženskega telesa bolj približale.
- Danes je večina sogovornic bolj samozavestna in bolj odporna na pritiske in pričakovanja družbe, ker so v letih po srednji šoli izboljšale in v pozitivno smer razvile svojo samopodobo. K temu so spet prispevali družbeni dejavniki, kot npr. vedno več pohval videza s strani prijateljev ali znancev. Prav tako so se nekatera dekleta tudi sama začela izobraževati o izboljšanju samopodobe, predvsem pa je k dejanskemu povišanju pripomogla družba, s pohvalami fizičnega izgleda sogovornic.
- Dekleta iz romske etnične manjšine, ki prebivajo v romskem naselju, lepotnim standardom, ki jih posredujejo mediji ne posvečajo veliko časa in energije. Prav tako ne pripisujejo velikega pomena ustrežanju kriterijem in standardom slovenske kulture na področju lepote ženskega telesa.
- Z usklajevanjem dvojnih pričakovanj ima težave samo romska študentka, ker je že več let aktivno vključena v slovensko kulturo in je s tem posvojila tudi njene norme, vrednote in stališča. Samo ona, izmed vseh romskih deklet, je izpostavila pritisk zahodnih standardov lepote in občutljivost na zunanje dejavnike. Prilagaja se domači in globalni kulturi, a je našla način prilagajanja obem oziroma kombinacijo teh dveh kultur. Imela pa je težave z nizko samopodobo v času srednje šole, zaradi kritik družbe. Danes je samozavestno dekle, asimilirana v slovensko kulturo in

družbo, hkrati pa še vedno spoštovana članica svoje romske skupnosti v Sloveniji, kjer se prav tako počuti sprejeto in pripadno.

- Kljub trudu deklet, da bi ideal dosegle, vedno nekaj manjka do popolnosti. Ob tem se mediji navežejo na oglaševalce, ki poleg popolnih žensk v revijah, oglašujejo raznorazne izdelke, ki 'običajnim' ženskam pomagajo da dosežejo 'popolnost'. Glavna funkcija medijev, je na koncu spodbujanje potrošniške družbo k še večji stopnji vloženih sredstev. Nenehno ustvarjajo nenaravne podobe žensk, zato se morajo predstavnice ženskega spola posluževati nenaravnih ukrepov. Posredujejo nam miselnost, ki nas ves čas napeljuje h kupovanju raznoraznih kozmetičnih in prehrabnih izdelkov, pod pretvezo, da bomo s tem lažje dosegli opevan ideal ženskega telesa naše današnje družbe.

7 PREDLOGI

- Delavnice na OŠ in SŠ za učence, dijake, učitelje in starše, s katerimi bi jim predstavili delovanje in funkcijo medijev ter njihov vpliv na mladostnike. Z delavnicami bi jim poskušali približati bolj realističen pogled na slike, ki jih projicirajo mediji.
- Predstavitev, delavnica o naravnem in pravem ženskem telesu, ter to sliko približati dekletom v času ko so pod največjim pritiskom družbe, medijev in ocenjevanja le-teh, po mojih izsledkih v času srednje šole.
- Delavnice za krepitev samopodobe na OŠ in SŠ, na katerih bi posameznice/posamezniki spoznavali sebe kot osebo, celoto povezano s telesom, odkrivali svoje interese, sposobnosti in moči na katerih bi gradili zdravo in trdno samopodobo oz. identiteto.
- Dodatna izobraževanja na OŠ in SŠ na temo motenj prehranjevanja, predstavitev dejavnikov tveganja, vzrokov in posledic tega pojava.
- Dodatne delavnice z dekleti iz etničnih manjšin, kjer bi se učile spoprijemati z različnimi pričakovanji kultur v katerih odrasčajo ter razviti zdravo in trdno identiteto v kateri združijo temelje obeh kultur.
- V primeru osebne pomoči, raziskovanje celotne zgodbe posameznice, ne samo trenutno situacijo. Poudarek na raziskovanju kulturnega ozadja in opolnomočenju dekleta na podlagi virov moči.
- Izobraževanja o kulturi oz. etnični manjšini, iz katere prihaja posameznica, ki je k strokovni delavki/delavcu prišla po pomoč zaradi prevelikega pritiska različnih kultur in nezmožnosti usklajevanja dvojnih pričakovanj.
- Predlagam, da se izvede raziskave, ki vključujejo večji vzorec deklet iz etničnih manjšin, ki so aktivno vključene v globalno, ne samo lokalno kulturo. Namen raziskave naj bo vpogled v dekletovo doživljanje dvojnih kriterijev in standardov, katere morajo izpolnjevati oziroma dosegati, za vključitev v družbo ter pomembnost občutka pripadnosti, tako lokalni kot globalni kulturi.
- Izvajanje raziskav, ki vključujejo posameznice, katere so ali se še vedno spoprijemajo z motnjami prehranjevanja in raziskovanje dejavnikov tveganja, vzrokov posledic in ostalih okoliščin, ki so doprinesle h pojavu motenj prehranjevanja.

8 UPORABLJENA LITERATURA

Berger, P.L.; Luckmann, T. (1988), *Družbena konstrukcija realnosti*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Bernik, F. (2003), Kulturna identiteta v obdobju globalizacije. *Slavistična revija*, 51: 3-9.

Blood K., S. (2005), *Body Work: The social construction of women's body image*. London: Routledge.

Eco, U. (2009), *Zgodovina lepote*. Ljubljana: Modrijan

Escudero, J. A. (2007), Fenomen "glokalizacije". *Phainomena*, 16, 62/63: 161-168

Giddens, A. (2002), *Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives*. London: Profile Books.

Goffman, E. (2014), *Predstavljanje sebe v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Goffman, E. (2008), *Stigma: Zapiski o upravljanju poškodovane identitete*. Maribor: Aristej.

Hermans M., J. H.; Dimaggio, G. (2007), Self, Identity, and Globalization in Times of Uncertainty: A Dialogical Analysis. *Review of General Psychology*, 11: 31-61.

Kobal Grum, D. (2003), *Bivanja samopodobe*. Ljubljana: i2.

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

Kuhar, M. (2004), *V imenu lepote*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kuhar, M. (2003), Odraščanje v kulturi vitkosti. Kako mlade ženske doživljajo nezadovoljstvo s telesom. *Teorija in praksa*, 40, 5: 860-873.

Leiss, W.; Kline, S.; Jhally, S. (1997), *Social Communication in Advertising*. London: Routledge

Major B.; O'Brien T. (2004), The Social Psychology of Stigma. *Annual Review Psychology*, 52: 393-421

Mesec, B. (2009) *Metodologija raziskovanja v socialnem delu 1: Načrtovanje raziskave* (študijsko gradivo za interno uporabo). Ljubljana: Fakulteta za socialno delo

Pandel Mikuš R. (2003), Različni vidiki motenj hranjenja pri ženskah. *Obzornik zdravstvene nege*, 37, 1: 29-36

Praprotnik T. (1999), *Ideološki mehanizmi produkcije identitet. Od identitete k identifikaciji*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij: ŠOU

Rener, T. (2007), Globalizacija, individualizacija in socialna izključenost mladih. *IB revija*, 2: 40-49.

Synnott, A. (1993), *The body social: Symbolism, Self and Society*. London: Routledge

Shilling, C. (2003), *The body and social theory*. London: Sage Publications (druga izdaja).

Tomori, M. (1990), *Psihologija telesa*. Ljubljana: Državna založba Slovenije

Ule Nastran, M. (2000), *Sodobne identitete. V vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče

Verša, D. (1996), *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.

Zaviršek, D. (1995), *Motnje hranjenja: žensko telo md kaosom in nadzorom*. Delta, 1, 3-4: 67-82

Woodward, K. (1997), *Identity and difference*. Glasgow: The Open University

ELEKTRONSKI VIRI

Contributing Factors. Dostopno na: <http://eatingdisorderfoundation.org/learn-more/about-eating-disorders/contributing-factors/> (pridobljeno 9.junij 2016).

Flight for each inch. Dostopno na <http://damn.com/flight-for-each-inch/> (pridobljeno 17.junij 2016).

Power, M. (2011). *Media and Eating Disorders*. Dostopno na: http://www.personal.psu.edu/bfr3/blogs/applied_social_psychology/2011/10/media-and-eating-disorders.html (pridobljeno 15. Junij 2016)

Razširjenost motenj hranjenja v sloveniji. Dostopno na: <http://www.tosemjaz.net/clanki/razsirjenost-motenj-hranjenja-v-sloveniji/> (pridobljeno 17.junij 2016)

Sepúlveda, A. & Calado, M. (2012). *Westernization: The Role of Mass Media on Body Image and Eating Disorders*. Dostopno na: http://cdn.intechopen.com/pdfs/29049/InTech-Westernization_the_role_of_mass_media_on_body_image_and_eating_disorders.pdf (pridobljeno 15. Junij 2016)

Temple University. (2007). *Ideal Weight Varies Across Cultures, But Body Image Dissatisfaction Pervades*. Dostopno na: <http://www.sciencedaily.com/releases/2007/10/071023164042.htm> (pridobljeno 16. Junij 2016)

9 PRILOGE

9.1 STRUKTURIRAN VPRAŠALNIK ZA IZVEDBO INTERVJUJEV

1. Koliko si stara?

DRUŽINA

2. Kako pomembna ti je družina na lestvici od 1- 10? (1 – sploh mi ni pomembna, 10 – zelo pomembna, pomeni mi več od vsega drugega v življenju)
3. Ali tvoja družina kdaj ocenjuje, kritizira, ali kakorkoli komentira tvoje telo?
4. Kako pomembno ti je kaj tvoja družina misli o tvojem telesu na lestvici od 1 – 10? (1- sploh mi ni pomembno, 10- zelo mi je pomembno)
5. Ali se trudiš svoje telo spremeniti, da bi bila svoji družini bolj všeč?
6. Ali obstaja razlika med sliko "popolnega telesa", ki jo promovirajo mediji in sliko "popolnega telesa" v katero verjame tvoja družina?
7. Ali je družina vplivala na tvojo percepcijo o tem kaj je popolno žensko telo?

PRIJATELJI

8. Katere narodnosti je večina tvojih prijateljev? (je večina Slovencev ali so iz drugih etničnih skupin?)
9. Kako pomembni so ti prijatelji in družba na splošno na lestvici od 1 – 10? (1- sploh mi ni pomembno, 10- najpomembnejše v življenju)
10. Ali tvoji prijatelji kdaj ocenjujejo, kritizirajo ali kakorkoli komentirajo tvoje telo?
11. Kako pomembno ti je kaj tvoji prijatelji menijo o tvojem telesu na lestvici od 1 – 10? (1- sploh mi ni pomembno, 10 – zelo mi je pomembno)
12. Ali se trudiš svoje telo spremeniti, da bi bila prijateljem bolj všeč?
13. Ali obstaja razlika med sliko "popolnega telesa", ki jo promovirajo mediji in sliko "popolnega telesa", v katero verjamejo tvoji prijatelji?
14. Ali so prijatelji vplivali na tvojo percepcijo o tem kaj je popolno žensko telo?

LEPOTA, VPLIV DRUŽBE/OKOLJA

15. Kako si ti osebno predstavljaš popolno žensko telo?
16. Ali ti osebno sprejemaš svoje telo? Si zadovoljna z izgledom, se počutiš povezano s svojim telesom, kot celota?
17. Kakšna je predstava, ki jo mediji širijo o "popolnem ženskem telesu"?
18. Ali so mediji vplivali na tvoje osebno mnenje o tem kaj je "popolno žensko telo"?

19. V kolikšni meri se ti zdi ta predstava realna/uresničljiva na lestvici od 1 – 10? (1 – popolnoma nerealna, 10 – realna, lahko uresničljiva)
20. Ali spremeni tvoj pogled na svoje telo?
21. Si želiš tako telo kot ga promovirajo mediji? Zakaj?
22. V čem je največja razlika med idealom ženskega telesa kot ga vidijo Romi in kot ga vidijo Slovenci?***
23. Ali obstaja razlika med idealom ženskega telesa kot ga vidijo Slovenci v primerjavi z drugimi etničnimi skupinami?***
24. Kako pomembno se ti zdi ustrezati standardom sodobne družbe in družine na lestvici od 1 – 10? (1- sploh mi ni pomembno, 10- zelo pomembno)
25. Kakšen je občutek ko moraš ustrezati kriterijem družine in kriterijem širše družbe, da se počutiš sprejeto?
26. Kako se spopadaš z različnimi pričakovanji družbe in družine?
27. Kako usklajuješ družbena pričakovanja s svojo samopodobo? Imaš o sebi še vedno dobro mnenje, četudi ne ustrezaš vsem kriterijem "popolnega ženskega telesa", ki jih postavlja današnja družba?

10 POVZETEK

V teoretičnem delu so vključena glavna področja, na katera sem se opirala ves čas raziskovanja problematike kulturne percepcije telesa. V vseh poglavjih sem se poskušala osredotočiti na lepotne in telesne ideale, vplive kulture, okolja in ostalih dejavnikov na percepcijo posameznikov.

V poglavju o medijih sem predstavila delovanje in vplive medijske kulture, oglaševanja in projiciranja medijskih slik širšemu občinstvu, potrošniški družbi. Poskušala sem približati nerealnost 'ideala' ženskega telesa, ki je v današnji družbi vedno bolj zaželen in hkrati vedno bolj nedostopen. Mediji ustvarjajo nam praktično nedosegljive podobe teles, ob katerih ponujajo raznorazne kozmetične in prehrabene izdelke, s katerimi naj bi svoja telesa preoblikovali in se približali idealu. Izpostavila sem marketinško funkcijo medijev, ter moč oglaševalcev, ki vodijo in poganjajo celoten sistem. Za mojo raziskavo pomemben del je tudi vpliv medijev na samopodobo, kjer ob pomoči različnih avtorjev, govorim o pritisku in stalnem ocenjevanju ženskih teles s strani medijev in posledično širše družbe, kar zelo slabo vpliva na dekleta v obdobju odraščanja in kasneje, saj so stalno izpostavljena primerjavi nekemu lepšemu od sebe. Vključila sem tudi osebno izkušnjo vpliva medijev na percepcijo svojega telesa.

Ker je tematika povezana z lepotnimi ideali, sem v teoretični del vključila tudi poglavje o razvoju lepotnega ideala ženskega telesa skozi zgodovino od kipca Willendorfske venere, izklesanega 30.000 pr.n.št, naprej.

Pozornost sem usmerila tudi na študije in razvoj identitete, socialne, skupinske, spolne, globalne in lokalne identitete in pa vplive medijev in kulture na oblikovanje le-te. Pri globalnih in lokalnih kulturah sem pisala o konceptu avtorjev Hermans in Dimaggio, ki sta predstavila dialoški jaz in multikulturalnost jaza, pojava oz. termina, katera sta pri nas še dokaj nepoznana. V nadaljevanju sem se usmerila še v samopodobo, predvsem na razvoj, s poudarkom na telesni samopodobi, ki je najpomembnejši del celotne samopodobe posameznika. Pri razlagi raznolikosti lepotnih idealov skozi različne kulture sem se usmerila v širjenje zahodne kulture in etnične manjšine, ki v državah gostiteljicah še negujejo svojo domačo kulturo in njene vrednote ter običaje. Ker je v današnji družbi ustrežanje standardom lepote prioriteta posameznikov, so dekleta vedno bolj kritična do svojega telesa, zato se mi je zdelo pomembno teoretični del zaključiti s kratkim pregledom

problematike motenj prehranjevanja, v katerem sem opisala več različnih teorij, ki opisujejo vzroke za nastanek le-teh težav pri posameznicah oz. posameznikih.

V raziskovalnem delu naloge sem ugotavljala kako se dekleta spoprijemajo z družbenimi pričakovanji, kakšen odnos imajo do ideala ženskega telesa, ki ga predstavljajo mediji, kako na njihovo mnenje o lastnem telesu vplivajo družina, prijatelji in širša družba oz. okolje v katerem se gibljejo večino svojega časa. Za pridobivanje teh podatkov sem izbrala intervjuje, ki so bili sestavljeni iz opisnih vprašanj in vprašanj z lestvico. Tako sem rezultate dobila s kvalitativno in delno kvantitativno obdelavo podatkov. V intervjuje je bilo vključenih pet deklet romskega porekla in pet deklet slovenskega porekla. Dobljene rezultate sem podrobno opisala v poglavju Rezultatu, v poglavju Razprava pa sem jih predstavila še tako, da sem jih podprla z že objavljeno literaturo ter svojim doživljanjem.

Skozi celotno raziskavo sem prišla do zaključka, da so slovenska dekleta precej bolj obremenjena s svojim videzom in ustrežanjem standardom družbe, kot pa dekleta iz romskih družin. Pri romskih dekletih sem prišla do ugotovitve, da obstaja precejšnja razlika med temi, ki živijo v naselju in nimajo veliko stika s slovensko kulturo, ter tistimi, ki so v globalno kulturo bolj vključena in asimilirana. Slednje so bile prav tako kot slovenska dekleta, pod večjim pritiskom družbe in lepotnih kriterijev, kot tiste, ki več časa preživijo v romskem naselju ob svoji skupnosti. Romska študentka je odgovarjala bolj podobno slovenskim dekletom kot pripadnicam njene domače kulture. Mediji in družba s svojim ocenjevanjem in nenehnim primerjanjem z idealom na samopodobo deklet učinkuje v negativni smeri. Njihove telesne samopodobe so bile sploh v obdobju mladostništva nizke, a so se počasi izboljšale v letih po končani srednji šoli, ko so v tej smeri začele ukrepati. Družina in prijatelji igrajo pomembno vlogo v življenjih obeh skupin deklet, večjo podporo iz njihove strani, pa je bilo po besedah sogovornic, zaznati pri romskih dekletih. Ideale medijev poznajo vse, slovenska dekleta pa so izrazila močnejšo željo po doseganju le-teh, kljub zavedanju da so predstavljeni ideali nenaravna in neracionalna telesa. Za približanje svojega telesa idealnemu, so se posluževale različnih diet, sprememb prehranjevalnih navad in športnih aktivnosti. Z motnjami prehranjevanja se ni spopadala nobena od mojih sogovornic.

Rezultate nebi posplošila na celotno populacijo, ker je bil vzorec s katerim sem izvedla raziskavo premajhen, vključenih je bilo premalo enot.