

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za socialno delo

Ivana Malkoč

Ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi

Diplomsko delo

Ljubljana, 2020

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za socialno delo

Ivana Malkoč

Ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi

Diplomsko delo

Študijski program: Socialno delo
Mentorica: red. prof. dr. Vesna Leskošek

Ljubljana, 2020

Povzetek diplomskega dela

Namen diplomskega dela je raziskati ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi. V teoretičnem uvodu pojasnjam lepotne standarde kot univerzalne, kulturno različne in možne lastnega definiranja. Naprej se osredotočam na univerzalne lepotne standarde iz zahodne oz. ameriške kulture, ki jih poimenujem kar lepotni standardi. Opisujem žensko lepoto v zgodovini, in sicer kako so se lepotni standardi spreminjali skozi čas. Pišem o mladih ženskah oz. študentkah ter o njihovi miselnosti in ravnanju v povezavi z lepotnimi standardi. Obrazložim objektivizacijo ženskega telesa, samopodobo in telesno samopodobo ter kako pomembna je samopodoba v socialnem delu. Dotikam se tematike teles žensk z ovirami, zatem orišem boj proti predsodkom o telesu in še cilj, ki je prikaz pojavljanja telesne raznolikosti. Ker nam družba vsiljuje enosmeren vidik lepotnih standardov, opozorim na spreminjanje lastnega videza z uporabo diet in lepotnih kirurških in nekirurških posegov, v neusmiljenem primeru pa pride do patoloških posledic, kot so motnje hranjenja in druge. Kot žarišče problematike lepotnih standardov vidim medije, zlasti socialna omrežja, ki sporočajo, kako naj bi morala ženska izgledati. Moja raziskava je sestavljena iz ankete, pri kateri je sodelovalo 500 anketirank, njihovi odgovori pa predstavljajo vir podatkov za raziskovalni del diplomskega dela. V slednjem ugotavljam, da študentke ravnaajo v povezavi z lepotnimi standardi skozi počutje ob opazki ženske, ki ustreza lepotnim standardom; telovadbo in dieto; spopadanje z motnjo hranjenja in ostalimi patološkimi posledicami; razmišljanje o kirurških in nekirurških posegih; lepotičenje in oblačenje samih sebe; preurejanje fotografij sebe; upodabljanje lepotnih standardov in večkratno primerjanje lastnega videza z drugimi ženskami. Študentke večinoma definirajo lepotne standarde posplošeno, kot jih navajajo določeni avtorji, medtem ko so nekatere napisale svoje definicije. Anketiranke ne menijo, da morajo biti lepotni standardi pri videzu žensk pomembni, s svojim videzom pa so še kar zadovoljne. Menijo, da vsakodnevna uporaba Instagrama igra vlogo pri oblikovanju samopodobe, želijo pa si videti tudi več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde. Rezultate, ki prikazujejo problematiko ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi, obrazložim v razpravi, zatem sem napisala tudi sklepe in predloge.

Ključne besede: Lepotni standardi, ravnanje, videz, objektivizacija, samopodoba, telesna samopodoba, mlade ženske, študentke, telesa, patološke posledice, mediji, socialna omrežja

The Behaviour of Female Students in Relation to Beauty Standards

Graduation Thesis Abstract

The purpose of this thesis is to investigate the behavior of female students in relation to beauty standards. In the theoretical introduction, I explain beauty standards as universal, culturally different, and possible of own definition. Next, I focus on universal beauty standards from the west or. American culture, which I call beauty standards. I describe female beauty in history, namely how beauty standards have changed over time. I write about young women or. female students and about their mindset and behavior in relation to beauty standards. I explain the objectification of the female body, self-image and body self-image, and how important self-image is in social work. I touch on the topic of the bodies of women with disabilities, then I outline the fight against prejudices about the body and another goal, which is to show the emergence of physical diversity. As society imposes a one-way aspect of beauty standards, I point out changing our own appearance through the use of diets and cosmetic surgical and non-surgical procedures, and in the relentless case, pathological consequences such as eating disorders and others. I see the media as a focus on the issue of beauty standards, especially social media, which communicate what a woman should look like. My research consists of a survey in which 500 respondents participated, and their answers represent a source of data for the research part of the thesis. In the latter, I find that female students act in conjunction with beauty standards through well-being upon noticing a woman who meets beauty standards; exercise and diet; coping with eating disorder and other pathological consequences; thinking about surgical and non-surgical procedures; beautifying and dressing oneself; rearranging photos of yourself; portraying beauty standards and repeatedly comparing one's own appearance with other women. Female students mostly define beauty standards in general terms as stated by certain authors, while some have written their own definitions. Respondents do not think that beauty standards should be important in the appearance of women and they are quite satisfied with their appearance. They believe that the daily use of Instagram plays a role in self-esteem shaping, and they also want to see more diverse body shapes in media that publishes beauty standards. In the discussion I explain the results, which show the problems of students' behavior in connection to beauty standards and afterwards I also wrote conclusions and suggestions.

Key words: Beauty standards, behaviour, appearance, objectification, self-image, body self-image, young women, female students, bodies, pathological consequences, media, social media

ZAHVALA

Iskrena hvala red. prof. dr. Vesni Leskošek za mentorstvo pri nastajanju diplomske naloge.

Posebna zahvala tudi študentkam, ki so sodelovale pri izpolnjevanju anketnega vprašalnika za mojo raziskavo. Hvala za vaš čas, zaupanje in iskrenost.

Lepo bi se zahvalila tudi svojim bližnjim, ki so mi bili v podporo in vir pozitivnih spodbud.

Kazalo

1 TEORETIČNI UVOD	1
1. 1 Lepotni standardi	1
1. 1. 1 Ženska lepota v zgodovini	2
1. 1. 2 Lepotni standardi v različnih kulturah	4
1. 1. 3 Videz ženske glede na lepotne standarde	5
1. 1. 4 Mlade ženske	6
1. 1. 5 Ravnanja študentk	6
1. 2 Telo	8
1. 2. 1 Objektivizacija ženskega telesa	9
1. 2. 2 Samopodoba in telesna samopodoba	9
1. 2. 3 Pomen samopodobe v socialnem delu	10
1. 2. 4 Telesa žensk z ovirami	12
1. 2. 5 Proti predsodkom o telesu	13
1. 2. 6 Pojavljanje telesne raznolikosti	14
1. 3 Spreminjanje lastnega videza	16
1. 3. 1 Diete	17
1. 3. 2 Lepotni kirurški in nekirurški posegi	17
1. 4 Patološke posledice vzora lepotnih standardov	19
1. 4. 1 Motnje hranjenja	19
1. 5 Videz ženske v medijih	20
1. 5. 1 Ženske na socialnih omrežjih	21
2 FORMULACIJA PROBLEMA	23
3 METODOLOGIJA	25
3. 1 Vrsta raziskave in spremenljivke	25
3. 2 Merski instrument in viri podatkov	29
3. 3 Opredelitev enot raziskovanja – populacija, vzorec	29
3. 4 Zbiranje podatkov oz. empiričnega gradiva	29
3. 5 Obdelava podatkov	29
4 REZULTATI	30
4. 1 Letnik in stopnja študija	30
4. 2 Definiranje lepotnih standardov	31
4. 3 Pomen lepotnih standardov pri videzu žensk	33
4. 4 Mera zadovoljstva z lastnim videzom	33

4. 5 Vpliv lepotnih standardov na osebno počutje	34
4. 6 Telovadba z namenom uskladiti videz telesa z lepotnimi standardi	34
4. 7 Dieta z namenom približati telesni videz lepotnim standardom	35
4. 8 Število in uspešnost diet	35
4. 9 Motnje hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom	36
4. 10 Želja po kirurškem in/ali nekirurškem posegu za spremembo telesa	37
4. 11 Tip posega	37
4. 12 Sledenje lepotnim standardom pri lepotičenju in oblačenju	39
4. 13 Manipuliranje s fotografijami na družbenih omrežjih z namenom poudarjanja lepotnih standardov	39
4. 14 Poudarjanje lepotnih standardov, da bi ugajali drugi osebi/osebam	40
4. 15 Pomen Instagrama pri oblikovanju samopodobe	40
4. 16 Primerjanje svojega videza z ženskami, ki ustrezajo lepotnim standardom	41
4. 17 Viri primerjanja	41
4. 18 Raznolikost oblik teles v medijih, ki objavljajo lepote standarde	42
4. 19 Preverjanje hipotez	43
5 RAZPRAVA	44
5. 1 Definiranje lepotnih standardov	44
5. 2 Pomen lepotnih standardov pri videzu žensk	46
5. 3 Mera zadovoljstva z lastnim videzom	47
5. 4 Pomen Instagrama pri oblikovanju samopodobe	47
5. 5 Raznolikost oblik teles v medijih, ki objavljajo lepote standarde	48
5. 6 Ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi	48
6 SKLEPI	55
7 PREDLOGI	57
8 LITERATURA	59
9 PRILOGA	69
9. 1 Anketni vprašalnik	69

Kazalo tabel

Tabela 1: Spremenljivke	25
Tabela 2: Imam svojo definicijo lepotnih standardov	32
Tabela 3: Ostale patološke posledice doseganja lepotnih standardov	36
Tabela 4: Drugi tipi posegov	38
Tabela 5: Druge primerjave videza	42

Kazalo grafov

Graf 1: Letnik in stopnja študija	30
Graf 2: Definiranje lepotnih standardov	31
Graf 3: Pomembnost lepotnih standardov	33
Graf 4: Zadovoljstvo z videzom	33
Graf 5: Počutje ob opazki lepotnega standarda	34
Graf 6: Namen telovadbe zaradi lepotnih standardov	34
Graf 7: Preizkus diete zaradi lepotnih standardov	35
Graf 8: Število preizkusov in uspešnost diete	35
Graf 9: Motnja hranjenja zaradi lepotnih standardov	36
Graf 10: Misel na poseg zaradi lepotnih standardov	37
Graf 11: Tipi posegov	37
Graf 12: Oziranje na trende lepotnih standardov	39
Graf 13: Preurejanje fotografij zaradi lepotnih standardov	39
Graf 14: Upodabljanje lepotnih standardov	40
Graf 15: Vloga uporabe Instagrama na samopodobo	40
Graf 16: Primerjanje videza z lepotnimi standardi	41
Graf 17: Primerjanje videza	41
Graf 18: Raznolikost oblik teles	42

1 TEORETIČNI UVOD

1.1 Lepotni standardi

Lepotni standardi so kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti. Lepotne standarde lahko razumemo tudi kot politična vprašanja o moči (De Lima Bastos in Pessoa, 2019). Forbes in drugi (2007, str. 266) pravijo, da so "lepotni standardi preusmerjevalci družbene zavesti iz ženskih kompetenc na zunanost videza, hkrati spodkopavajo žensko samozavest, razblinijo njihove čustvene in ekonomske vire ter jih postavijo v ospredje kot spolne objekte".

Prijon (2008) postavi vprašanje, kdo je postavil lepotne standarde in kult lepote ter kdo te predstave in mite vzdržuje? Ženske pri oblačenju in lepoticenju samih sebe dominirajo. Sledijo trenutnim lepotnim standardom, zato gre tu za poseben odnos, ki ga imajo do sebe. Ženska tako postane estetski spol, ki se ga gleda, obožuje, ljubi, želi, avtorica torej po raziskavi sklepa, da tudi ženske naprej konstruirajo lepotne standarde.

Vendar ženske lahko postanejo zaskrbljene zaradi kulturnih sporočil, ki kažejo, da so pretanke ali ne dovolj suhe. Tako suhe ženske kot tudi debele ženske dobijo kritiko, da ne dosegajo tistega "ravno pravnjega" standarda lepote (Markey in Sousa, 2019). Toda raznolikost človeške lepote je presejena skozi sito kulture, statusa, moči, denarja ipd. Lepota je raznolika in človeško oko navdušuje nad novimi užitki in svežimi viri navdiha. Darwin omeni kritiko, da če bi vse ženske upodabljale lepotne standarde, bi nekaj časa bili očarani, vendar bi si kmalu zaželeli raznolikost in takoj, ko bi dobili le-to, bi si zopet želeli videti določene značilnosti pri ženskah nekoliko poudarjene, čez mejo obstoječega standarda. Doseganje lepotnih standardov postane začaran krog (Etcoff, Orbach, Scott in D'Agostino, 2004).

Ob slikah idealne lepote, ki nas vsakodnevno bombardira, je enostavno pozabiti, da so lepotni standardi poljubni in se zelo razlikujejo tako od ene kulture do druge kot skozi čas. Vsak lepoto drugače zaznava (Drglin idr., 2002). "Človekovo zaznavanje je vzajemen interaktiven proces med okoljem in posameznikovimi stalno korigiranimi razlikovanji, interpretacijami, konstrukcijami, opisi, modeli... sveta" (Šugman Bohinc, 1997, str. 297). Takšne razlike v lepotnih standardih pogosto odražajo vloge, ki naj bi jih ženske izpolnjevale v dani družbi.

Kljub temu v večini sveta, tudi v Evropi, prevladujejo univerzalni lepotni standardi iz ameriške oz. zahodne kulture (Drglin idr., 2002).

1. 1. 1 Ženska lepota v zgodovini

Že Antični filozof Platon je lepoto hierarhiziral. Zanj je najnižje telesna lepota, do katere pridemo z občudovanjem lepega telesa. Višje je lepota duš, potem lepota običajev in zakonov, ki ji sledi lepota znanosti, na koncu pa absolutna lepota. Polastiti se lepega oz. dobrega pomeni postati srečen in sreča je torej tisti zadnji cilj (Hrovat, 2002). Po drugi strani pa je do renesanse veljalo prepričanje, da fizična lepota zrcali božjo lepoto, popolno telo pa naj bi bilo odraz plemenite duše. Ženska lepota se je vselej povezovala s seksualnostjo, četudi so zanikali pomen fizične lepote, so po tistem priznavali obstoj telesnih lepotnih standardov. Poudariti je treba, da некоč skrb za lepoto ni bila povezana z ženskim spolom, temveč s privilegiranim življenjem (Kuhar, 2004).

Kuhar (2004) navaja, da je некоč veljalo, da je “suho telo grdo”. Na primer telo zajetne figure Willendorfske Venere, 30.000 let pr. n. št., izraža izobilje in plodnost. Še en primer je Miloška Venera. Tedaj so suhost povezovali z boleznijo, revščino, živčno izčrpanostjo, tako obe veneri ne bi ustrezali današnjim lepotnim standardom. Vitka ženska je estetska predstava, ki je sprejeta in stopi v veljavo šele v dvajsetih letih 20. st. z žensko emancipacijo (z naraščanjem popularnosti športa, zaposlenostjo žensk in politično močjo).

Tri gracije v umetnini iz baroka v perspektivo postavijo majhne prsi, kjer izrinejo velike prsi iz željenega standarda. Toda v poznem 17. stoletju so v ospredju večje okrogle prsi in ozek pas. Pri tem lahko opazimo hitro spreminjanje lepotnih standardov. Fashion Institute of Technology (2018) o poznih 1850-ih navaja, da so obleke ustvarile iluzijo ozkega pasu in okroglost žensk nad in pod pasom. Do konca stoletja naj bi korzete morale nositi ženske vseh razredov, tudi nosečnice. Ženske iz višjih razredov so si polnile obleke s podlogami, da so bile videti zajetnejše. Veliko so jedle in se neprestano tehtale (Kuhar, 2004). Veselile so se vsakega pridobljenega kilograma, kar je popolnoma drugače kot danes.

Kuhar poudarja, da se je v 19. stoletju od žensk pričakovalo, da nudijo možu udoben in urejen dom, pa tudi lepoto, fantazijo in šarm, da si bo opomogel od delovnega dne. To je bila glavna ambicija žensk, kar je problematično. Od dvajsetih let 20. stoletja sta lepotne standarde začela krojiti ameriška industrija in *Hollywood* kot jih tudi danes. Primer lepotnega standarda tedaj je

bilo Gibsonovo dekle, ki je imelo polno oprsje in zajetne boke. Športna oblačila so poudarila njene gladke čvrste noge (kot erotični simbol), torej poraščenost postane nasprotje lepotnega standarda.

Zatem je sledil preobrat, saj so *flapperke* (generacija mladih žensk iz Zahoda iz leta 1920) izzivale pozornost s svojim izgledom in obnašanjem, drugačnim kot je veljalo za normo. Imele so kratke lase, povezovala so si prsi, da bi bile manjše ter nosile podolgovate obleke (HirsbeinDavidow, 2001).

Kasneje se zgodi ponovni preobrat – vrnil se je ozek pas in veliko oprsje, hkrati so oblačila takšno postavo poudarjala. V šestdesetih se je pridružilo minikrilo v času popularnosti glasbene skupine The Beatles. Zatem je popularnost kavbojk prispevala k premiku pozornosti od zgornjega dela telesa na spodnji del. Twiggy je postala trend vitkosti delavskega razreda in trdila, da je z vitkostjo mogoče doseči svobodo in eleganco. Vendarle so povezovali dominacijo ekstremno suhe Twiggy s porastom motenj hranjenja. Zatem je bilo vse več žensk na dieti, ob tem je naraščalo število obolenj z anoreksijo in bulimijo (Kuhar, 2004).

V poznih sedemdesetih in osemdesetih se pojavi strast nad fitnesom in aerobiko. Leskošek (2002, str. 64) v splošnem poudari pomen telovadbe, za zdravje: “Nekdaj se je ženskemu telesu podala šibkost, ki jo je ženska vzdrževala med drugim tudi tako, da se ni smela gibati, ker to ni sodilo k podobi ženskosti. A telo je stanovanje duše, in ker imajo dušo moški in ženske, je telovadba primerna za oba spola”. Vitka in čvrsta postava postane lepotni standard ženske, medtem pa so revije prikazovale le telesa z velikimi prsmi, kar je moč doseči le z lepotnim kirurškim posegom. Oblikovalci so začeli izdelovati oblačila, ki so razkrivala kožo, to pa je zopet rezultiralo v množične diete (Fashion Institute of Technology, 2018). Kuhar (2004) nadaljuje, da se v devetdesetih poudarjajo videz uporabnic heroína. Pojavijo se suhi modeli, kot je Kate Moss, z modrimi ustnicami in črnimi ličili za oči.

Danes torej prevladujejo univerzalni lepotni standardi iz Amerike, zahodne kulture. Konkretnije Kuhar (2004) pravi, da na začetku 21. stoletja kot najbolj zaželene ženske omenjajo igralko, pevke, modele in športnice. Te sodobne lepoticke z gladko kožo bakrene polti, s prijetnim pogledom in lepimi lasmi ter s poudarjenimi oblinami na sicer vitkih telesih še danes ohranjajo težko dosegljive lepote standarde. Henriques (2018) doda, da ženske danes v pojmovanje lepotnega standarda vključijo lepo oblikovane trepalnice in obrvi, polne

ustnice, urejene nohte, figuro “peščene ure” torej ozek pas, sorazmerno veliko čvrsto zadnjico, s polnimi pokončnimi prsi in rahlo širšimi boki.

1. 1. 2 Lepotni standardi v različnih kulturah

Standardi ženske lepote se torej v času in prostoru zelo razlikujejo (od islamske zakritosti ženskega telesa do afriške golote in poslikave in vsega vmes). Ob borbi zahodnih feministk za odpravo tančic islamskih žensk, feministke odmislijo, da tudi njihova kultura sugerira lepotne standarde o tem, kaj je in ni ustrezno (Drglin idr., 2002).

V ZDA je vitkost povezana s privlačnostjo, kondicijo in zdravjem, medtem ko se debelost enači s slabim zdravjem, brezumnostjo, pomanjkanjem samokontrole, neprivlačnostjo, nerodnostjo in neučinkovitostjo. Raziskava o socialni zaželenosti v psihologiji prav tako dokumentira negativno do “neprivlačnih”, zlasti zajetnih. Večina družbe se zdi utopljena v tem konceptu, ki ga najdemo na trgu dela, v množičnih medijih, šolah in romantičnih odnosih, kjer je ženska podoba vedno prikazana kot vitka, visoka in neodvisna (Lau, 2007).

Skozi pregled različnih kultur je moč opaziti raznolikost v lepotnih standardih, ki niso blizu univerzalnih (Zahodnih). V družbah, kot je Fidži, so velika telesa simbol nekega statusa in moči. Zato ne preseneča, da posameznice, ki bi jih v ZDA uvrstili med debele, veljajo za najbolj privlačne in zaželene pripadnice kulture na Fidžiju. V družbah, v katerih so mnogi ljudje na robu preživetja, je zajetna ženska še vedno statusni simbol, ki nazorno ilustrira možev ugled in njegovo sposobnost za zagotovitev izobilja. Snubec plemena Bemba v Južni Afriki še danes vabi dekle s pesmijo: “Pojdi z menoj lepotica, pri meni boš debela” (Kuhar, b.d.). V kontrastu je lepotni standard severnoameriške Indijanke predvsem širok obraz, majhne oči, ogromne ličnice, tri ali štiri široke črne črte čez vsako ličnico, nizko čelo, kljukast nos in povešene prsi (Singh, 1993).

Afroameriška temnopolta ženska telesa so pogosto označena kot nasprotje lepotnim standardom (Rooks, 1996). Na drugem koncu sveta, v azijskih kulturah pa velja izjemno bled videz za lepotni standard, saj je bledica znak prestiža. Nagar in Virk (2017) zapišeta, da so kljub raznolikosti kože skoraj vse indijske filmske igralka in manekenke (upodobljene) z rahlo bolj blede barvo kože, sčasoma postajajo vitkejše. Primerjanje Indijk s prijateljicami in družino pa tudi z omenjenimi bollywoodskimi igralkami igra vlogo pri njihovem nezadovoljstvu glede svojega videza. Zhang (2012) pravi, da je zadnjih deset let lepotni

standard ameriške kulture belopolta bakrena koža, ki daje vtis vitkosti in zdravja. Maymone, Neamah in Secemsky (2017) nadaljujejo, da se tudi rahlo temnejša polt v primerjavi s preteklostjo počasi bolj sprejema.

1. 1. 3 Videz ženske glede na lepotne standarde

Haeghele in Zhu (2018) trdita, da skozi kulturni proces socializacije, posameznice ponotranjijo lepotne standarde, ki odražajo standarde in spolna pričakovanja ženskosti. Reilly in Rudd (2009) pa trdita, da mediji, pričakovanja o spolni vlogi in spolnosti igrajo pomembno vlogo, včasih nasprotujočo si vlogo ženskam, ki zato upravljajo svoj videz, saj se bojijo, da bi pustile slab vtis. Naslednji avtorji pa se ne ozirajo na lepotne standarde in omenjajo moč v edinstveni lepoti. Spodbujanje opolnomočene ali osvobodjene ženske temelji na tem, da se počuti lepa, nato pa svobodna (Stuart in Donaghue, 2011). Featherstone (2010) prav tako trdi, da notranji značaj oz. osebnost zares zasijeta skozi zunanjo podobo. Ženska mora pri tem verjeti v svojo že prisotno lepoto.

Zavezujoči lepotni standardi se iz leta v leto spreminjajo, vendar večina žensk ni imuna na te spremembe. Medtem ko so lepotni standardi pritegnili več znanstvene pozornosti, je tudi "grdota" družbeni konstrukt, ki se oblikuje v medijskem in kulturnem diskurzu. Fizično "grdi" ženski liki so redko upodobljeni kot junakinje; ko se pojavijo, je večja verjetnost, da so zločinke ali žrtve (Shufeldt Esch, 2010). Lepotni standard je vitko žensko telo, telo brez maščobe in dlak, medtem ko je maščoba ironično dopuščena na prsih, kakopak. O telesu se govori v pojmi njegovih delov, "problematičnih področij", ki so navsezadnje znak telesnega razvoja ženske (Rener, 1990). Ne smemo pozabiti na obraz. Raziskovali so, kaj naredi obraz privlačen. Simetrija je osnova, sledi bistrost ali gladkost kože in prijetne žive barve recimo v očeh in laseh (Featherstone, 2010).

Študija Etcoff, Orbach, Scott in D'Agostino (2004) razkriva, da ženske starosti 18 – 29 lepoto in fizično privlačnost doživljajo kot vedno bolj družbeno priznано in nagrajeno, skoraj dve tretjini pa sta se strinjali z izjavami: "Ženske so danes pričakovane izgledati fizično privlačnejše od generacij svojih mater" (63 %); in "Družba pričakuje, da bodo ženske povečale svojo telesno privlačnost" (60 %). Poleg tega se 45 % vseh žensk trdno strinja, da imajo "ženske, ki so lepše, večje priložnosti v življenju". Več kot polovica žensk (59 %) se strinja, da "moški bolj cenijo fizično privlačne ženske". Rener (1990) poudari, da je

poudarjanje videza žensk prevladujoč način, kako družba nadzira seksualnost žensk, torej pri tem družba konstantno nadzira sam videz žensk.

1. 1. 4 Mlade ženske

Vsak drugače pojmuje razpon obdobja mladosti, zato je to relativno. Statistični urad Republike Slovenije (2019) navaja starost mladih od 15 do 29 let. Mlade ženske so upodobitev univerzalnega lepotnega standarda, zato med mladimi še vedno obstajata visoka stopnja telesnega nezadovoljstva in fizičnega perfekcionizma; te ravni so tesno povezane s pomanjkanjem sreče in zdravja. Mlade ženske so zato ranljiva skupina, zaradi katere se moramo strokovni delavci in delavke usposablјati, da lahko prispevamo k njihovem telesnemu zadovoljstvu. Lepotni standardi, ki so nerealni in ogrožajo zdravje, so v veliki meri posledica širokega oglaševanja in komuniciranja teh standardov v sodobni informacijski družbi (Kholmogorova, idr., 2018).

Predvsem mlade ženske doživijo pritisk v patriarhalnem svetu, v katerem se morajo obnašati "po žensko" (tj. z izogibanjem konfliktom, zatiranjem jeze, usklajevanjem s prevladujočo vitko podobo lepote in privlačnosti ...) (Tolman, idr., 2006). Toda Iraheta in Delgadillo (2019) razmišljata, da se ne obnašamo, kot da so mladi naša prihodnost. Pravita, da ne opazamo, da se bližajo hudim posledicam zaradi drastičnih ukrepov za dosego telesa, ki ustreza lepotnim standardom.

V raziskavi, ki jo je opravila Kuhar (2004) s 34 mladimi ženskami, starimi med 17 in 22 let, so le-te enotno pojmovalle lepotni standard ženske. Mnogo jih je pomen videza enačilo z družbeno sprejetostjo. Opisovale so ga kot vitko, postavno, z opaznimi mišicami in poudarjenim oprsjem, zagorelo, brez celulita, z lepimi lasmi, kožo in zobmi. Celo ženske, ki imajo postavo skladno z lepotnimi standardi, so spregovorile o določenem nezadovoljstvu s telesom. Med udeleženkami ni bilo ene, ki se ne bi obremenjevala zaradi svojega videza, čeprav so se zavedale, da "popolnega" videza ni moč doseči.

1. 1. 5 Ravnanja študentk

"Ravnanje lahko razumemo kot kazanje določenega odnosa do česa z dejanji in kot postopek, pri katerem se dela s čim tako, da opravlja svojo vlogo, da se dosega določeni namen" (Inštitut za slovenski jezik ZRC SAZU, 2019). Tako je ravnanje študentk v povezavi z

lepotnimi standardi kazanje njihovega odnosa do njih. Študentke so po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (2018) stare od 18 do 29 let in se uvrščajo med že omenjeno skupino mladih žensk. Obdobje študija pomembno pripomore k osebnostni rasti študentk, zato je to eno ključnih obdobj njihovega življenja. Če so študentke v pomembnem obdobju povrh vsega žrtve lepotnih standardov, moramo strokovni delavci misliti nanje in ukrepati.

S fokusno skupino študentk je raziskava Goodman in Walsh-Childers (2004) odkrila, da študentke doživljajo frustracijo do žensk, ki imajo popolne prsi, a hkrati želijo izgledati podobno. Pogosto so se počutile negativno glede svoje velikosti prsi ali verjele, da bi njihove prsi lahko bile večje. Študentke so svoja telesa pogosto primerjale z medijskimi modeli. Njihova želja je izhajala iz dveh glavnih virov – mediji in moški, za slednje so verjele, da so pod velikim vplivom medijev. Podobno navaja Thomsen (2002), da je bilo branje revij o zdravju, fitnesu in dietah med študentkami neposredno povezano z nezadovoljstvom s telesom in posredno povezano zaradi ženskih prepričanj o moških pričakovanjih in preferencah do ženske vitkosti. Na spletno anketo Yu (2014) se je odzvalo skupno 380 študentk. Rezultati sorodno kažejo, da so udeleženske, izpostavljene idealiziranim slikam tankega modela, tudi tu pokazale večje nezadovoljstvo glede svojega telesa kot tiste, ki so bile izpostavljene neidealiziranim vzorčnim slikam.

V raziskavi Engeln-Maddox (2006) so si študentke zamislile, kako bi bilo, če bi ustrezale univerzalnim lepotnim standardom. Nizale so prednosti, kot so sreča, boljša družbena kompetenca, uspeh in prilagodljivost. Negativna pričakovanja pa so bila povezana s površnostjo in usmerjenostjo le na videz oz. samocentričnostjo. V drugi raziskavi so bile študentke pozvane, da prepoznajo telo, ki najbolj predstavlja telo “povprečne” študentke in telo študentke, ki “ustreza lepotnim standardom”. Študentke so “povprečno” študentko prepoznale kot zajetnejšo od tiste, ki “ustreza lepotnim standardom”, slednjo pa so študentke precenjevale v stopnji vitkosti (Forbes, idr., 2007).

Čeprav študentke želijo izgledati dobro, ni nujno, da se vse trudijo, da bi ravnale po lepotnih standardih. “Na predavanja pridem v trenirki in majici in se počutim odlično”, je povedala angleška študentka Grace Smith. “Udobje je bolj pomembno, saj ko ti je prijetno, se počutiš lepo. Tako samo sebe vidiš, kot da si lepa in ne potrebuješ ličil, da bi se tako počutila”. “V hidžabu se počutim lepo. Ne nosim veliko ličil, menim, da jih ne potrebujem”, je povedala Maria Usmani, ki nadaljuje: “Mislim, da se površna lepota oglašuje v tolikšni meri, da

mislimo, da je to vse, kar je. Moramo vedeti, da ni potrebno slediti lepotnim standardom'' (Hashimi, 2018).

Pomemben je vpogled ravnanja študentk različnih kultur v povezavi z lepotnimi standardi. Podobno kot ugotavlja Hashimi, De Casanova (2004) raziskuje situacijo v Ekvadorju in ugotavlja, da študentke menijo, da je privlačnost dosežena skozi ''osredotočanje na svoje dobre lastnosti''. Udeleženke raziskave so na vprašanja, da opišejo lepo žensko, nizale nefizične pridevnike, kot so ''prizemljena'', ''poštena'', ''spoštljiva'' in ''prijazna''.

Zhang (2012) piše, da so bile Kitajske študentke v raziskavi odkrite in večinoma nekritične glede lepotnih standardov. Mnoge so domnevno podprle lepotni kirurški/nekirurški poseg kot legitimno sredstvo za izboljšanje samozavesti in konkurenčnosti na trgu dela. Vendar nobena od študentk ni izrazila želje, da bi se sama podvrgla kozmetičnim operacijam, njihovi osebni ugovori pa so se nanašali predvsem na varnost in stranske učinke kirurgije, pa tudi na spoštovanje do njihovih staršev.

''Ljudje na oblasti imajo ravne ali valovite lase, večinoma so belopolti, tako moraš posnemati njih, če želiš priti do tega položaja'', pravi temnopolta študentka iz fokusne skupine v raziskavi. Izjemno kodrasti lasje (afro) zaenkrat še niso v skladu z lepotnimi standardi družbe, kar študentkam iz raziskave predstavlja breme (Awad, idr., 2014). Hmong Američanke (izvirajo iz Laosa) pa v študiji govorijo o manjšem spoštovanju svojega telesa, kadar imajo večjo telesno maso, kot bi želele. Ker tradicionalni lepotni standardi populacije Hmong ne poudarjajo vitkosti, lahko ta zadnja ugotovitev odraža nastajajočo povezavo z ameriškimi lepotnimi standardi (Franzoi in Chang, 2002).

1. 2 Telo

Delovanje telesa naj bi ponazarjalo delovanje družbe, pri tem pa je telo socialni konstrukt, kar pomeni, da je družbena in kulturna tvorba. Človek ima tako rekoč ''telo na voljo'', ga ''upravlja'' in si predstavlja, da je to podobno, kot se pač mnoge zadeve družbeno opravljajo (Južnič, 1998). Drglin (2002) podobno omeni Foucaultovo ''mikrofiziko oblasti'', ki deluje tako, da z znanstvenim in popularnim diskurzom producira telesa kot specifične tipe teles, z nekaterimi značilnostmi, spretnostmi in lastnostmi (npr. vitko telo, negovano telo, ''fit'' telo, depilirano telo...). Tu ne gre za zunanjo kontrolo, pač pa za samodisciplino.

Cash in Henry (1995) navzlic drugim trdita, da je podoba telesa psihološki konstrukt. Odnos do telesa je sestavljen iz samozavedanja, spoznanj, vpliva in vedenja v odnosu do fizičnih lastnosti. Telo ima pomemben odnos do samoobravnavanja in psihosocialnega prilagajanja (npr. motnje hranjenja, depresije, socialne anksioznosti in spolnosti).

Bucholtz (2016) trdi, da bi morala biti telesa postavljena v središče našega razmišljanja, saj so lokus žive izkušnje, pa tudi mesto moči odnosov in vir družbe. Obratno so ob misli na lepotne standarde nekateri strokovnjaki menili, da smo le-te razvili kot znak zdravja in plodnosti. Drugi menijo, da ima kultura, zlasti medijska reprezentacija več vpliva kot geni ali evolucija (Alexander, 2016).

1. 2. 1 Objektivizacija ženskega telesa

Teorijo objektivizacije lahko ponazorimo po Fredricksonu in Robertsu (1997), ki pravita, da ženske ponotranjijo dosledne izkušnje spolne objektivizacije, kjer so obravnavane kot telo (ali zbirko delov telesa), ki se pretežno vrednoti zaradi njegove uporabe (ali potrošništva drugih). Objektivizacija telesa je konkretnije postopek in produkt pojmovanja svojega telesa kot predmeta ogleda. Pojavi se vprašanje, kako se objektivizacija veže na psihično zdravje študentk? Študija Muehlenkamp in Saris-Baglana (2002) opravljena na vzorcu študentk, je dokumentirala in potrdila povezavo med objektivizacijo telesa in depresijo.

Ženske naletijo na sporočila in slike, v katerih je suho telo povezano z uspehom in močjo, kar ženskam sporoča, da njihovo telo lahko pomembno vpliva na življenjske izkušnje. Poleg kritike, ki temelji na videzu, ženske s prekomerno težo doživijo tudi različne oblike diskriminacije oz. zapostavljanja (Muehlenkamp in Saris-Baglana, 2002). Študija avtorjev Reilly in Rudd (2009) kaže, da družbene primerjave z določenimi slikami žensk lahko ustvarijo močan občutek samoobjektivizacije med ženskami, kar sproži socialno anksioznost in tvegana ravnanja.

1. 2. 2 Samopodoba in telesna samopodoba

Samopodoba so značilnosti, poteze, občutja, upodobitve, vidiki, sposobnosti in druge psihične vsebine, ki jih posamezna oseba pripisuje sami sebi (Kobal, 2000). Pri telesni samopodobi gre za stališče do velikosti, oblike in estetike telesa. Je najosnovnejša samopodoba, saj se začne

razvijati v zgodnjem obdobju posameznikovega življenja in je odločilna za oblikovanje ostalih sestavin samopodobe, zlasti v mladosti (Dolenc, 2010).

Kobal (2000, str. 64) pravi: “Mlada ženska se sooča z vrsto razvojnih nalog, ki se dotikajo naslednjih psihosocialnih področij: iskanja lastne identitete oz. samopodobe, odosa do lastnega telesa in oblikovanja spolne vloge, odnosov z vrstniki, s starši in z drugimi avtoritetami, odnosa do prihodnosti – zlasti študija, poklica, dela in družine, prilagajanja družbenemu okolju, ki zajema socialno odgovorno vedenje, ustrezen vrednostni sistem in lastna moralna načela”. Če je zatorej oblikovanje telesne samopodobe moteno, se tudi splošna samopodoba in samospoštovanje ne moreta ustrezno razviti.

Kuhar (2004) poudari, da ne bi bilo travmatičnih učinkov na telesno samopodobo, če družba ne bi v veliki meri poudarjala zunanjega videza. Poglavitno je, da zlasti pojem “idealiziranega” telesa destruktivno vpliva na samopodobo. To je najbolj opazno pri mladih ženskah, saj kar devet od desetih mladih žensk pravi, da so nezadovoljne s svojim telesom (RSPH, 2017). Analiza v raziskavi, ki so jo opravili Etcoff, Orbach, Scott in D’Agostino, (2004) razkriva, da se je le 4 % žensk od 18 do 29 let identificiralo z “lepa”. Pomembno je, da se skoraj polovica žensk (48 %) strinja (8, 9 ali 10 na 10-točkovni lestvici) z izjavo, da: “Ko se počutim manj lepo, se počutim slabše do sebe na splošno”, jasno ponazarjajo vpliv teh občutkov na splošno samozavest in srečo. Živimo v družbi, kjer postaja telo eno središčnih orodij samopodobe, zato moramo telesno samopodobo opolnomočiti (Pandel Mikuš, 2003).

1. 2. 3 Pomen samopodobe v socialnem delu

Pozitivna telesna samopodoba lahko zviša samosprejemanje in prispeva k uspešnim socialnim stikom, medtem ko lahko negativni pogled na lastno telo zniža samozavest, da oseba ni pripravljena tvegati in zapustiti varnega zavetja svojega doma (Kuhar, 2004). Avtorica nadaljuje, da lahko osebe, deležne pogostih kritik in draženja zaradi izgleda, razvijejo negativno telesno samopodobo. Dosežek je, da uporabnica z negativno samopodobo privoli v varen prostor delovnega odnosa. V socialnem delu se moramo urediti za ustvarjanje odnosa, v katerem bodo mlade ženske čutile dovolj zaupanja v svoje in socialnodelovne kompetence, da se bodo lahko odločile tvegati in zapustiti svoj varen prostor in se napotile k želenemu cilju (Čačinovič Vogrinčič, Kobal, Mešl in Možina, 2009).

Študijska predavanja morajo upoštevati to, da se študentke počutijo dobro glede svojega telesa, da bodo lahko imele priložnost za razvijanje pozitivnega dojemanja svojega telesa. Glede na to, kako gledamo na naše telo, določa način sodelovanja v svetu. Če študentke ne marajo svojega izgleda, ne bomo dosegli enega glavnih namenov izobrazbe, ki je razpiranje prostora za vstopanje v enakopraven položaj, kar Biesta opredeli (2015) kot način, kako naj mladi obstajajo kot subjekti pobude in odgovornosti in ne kot predmeti dejanj drugih.

Psihologe, socialne delavce, svetovalce in druge delavce na področju duševnega zdravja je treba poučiti o vlogi, ki jo ima samoopredelitev in samopodoba pri mladih ženskah, in jih oborožiti z materiali in dejavnostmi za boj proti učinkom spolnih objektivizacij v ranljivih fazah (Grabe, Shibley-Hyde in Lindberg, 2007). Podobno opozori Dawley-McClendon (b.d.), da bi mladim ženskam – študentkam bilo potrebno zagotoviti varno mesto, da bi izrazile svoje skrbi, strahove in želje. V socialnem delu moramo biti opremljeni z znanjem, vpogledom in sočutjem, da jim pomagamo v težkih časih, povezanih z razširjenostjo spolnih objektivizacij, ki so jim izpostavljene vsakodnevno.

Kot uvodni primer pred naslednjim poglavjem nas Kokalj (2017) seznani z uporabnico, ki uporablja elektronski invalidski voziček. Desno stran telesa ima hromo, leva roka pa ima nekontrolirane gibe. Slabe volje je, impulzivno izraža svoja čustva in ima slabo samopodobo. Na društvu za pomoč z umetnostjo Plus5, sta izvajali socialnodelovno prakso – likovno ustvarjalne vaje, ki so se nanašale na sprejemanje samega sebe, samopodobo (avtoportret, portret).

Kokalj pravi: “Pogovarjali sva se o tem, da ljudje vidimo in sprejemamo sebe zelo različno. Povedala sem ji, da bova začeli izvajati dve vaji: 1. Vizualiziraj svoj osebni svet v barvah, črtah, oblikah in simbolih tak, kot je, ali tak, kakršnega bi si želela. Upodobi ga. 2. Z zaprtimi očmi upodobi svoj avtoportret – s svinčnikom, barvo ali glino. Pogledaš nastalo, potem pa pazljivo dokončaš z dodajanjem barv in oblik, ki so ti vsebinsko blizu”. Od julija do decembra si je uporabnica vrednotila samopodobo od 1–5. Od začetka si je sledilo 2, 2, 3, 3, 3 in na koncu 5 (Kokalj, 2017, str. 57). Opaziti je porast v boljši samopodobi in učinkovitost likovnih metod. Takšne in podobne vaje lahko ob privolitvi delamo z mnogimi mladimi ženskami z nizko samopodobo.

1. 2. 4 Telesa žensk z ovirami

Ali "lepotica" obstaja sama po sebi? Ali ima na primer stvar – cvet, sončni zahod ali diamant prirojeno lepoto? Tu ne gre za primerjanje, ne za sledenje lepotnim standardom. Ta perspektiva nam lahko pomaga prepoznati lepoto pri vseh ženskah, zlasti pri oviranih posameznicah (Anderson, 2015).

"Položaj ljudi z ovirami je bil vso zgodovino tesno povezan z revščino, slabimi možnostmi, zatiranjem in odrinjenostjo na rob družbe. Ljudje z ovirami se tudi v sodobnem svetu srečujejo z diskriminacijo, s kršenjem človekovih pravic, slabimi perspektivami in pomočjo, ki ni individualizirana. Kako so ljudje z ovirami predstavljeni in kako pogosto se v medijih pojavljajo, pomembno vpliva na njihovo podobo v skupnosti. Mediji imajo potencialno moč in s tem dolžnost namesto negativnih ustvarjati pozitivne in emancipatorske podobe o ljudeh z ovirami" (Kapus, 2014, str. 199).

Velja pomisliti na mlade ženske z okvaro vida, ki so lahko še posebej občutljive za mnenja drugih glede njihovega fizičnega telesa. Ta ugotovitev je skladna s trditvijo o pomembnosti verbalnih ali neverbalnih komunikacij, ki na ovirane prenašajo lepotne standarde, ki se vrednotijo v družbi (Haegele in Zhu, 2018). Medtem se večina gluhih giblje v družbi sebi enakih. Na psihološkem področju gluhe ženske čutijo socialno izolacijo in osamljenost, nezaupanje v pravno državo, skromno samozavest oz. nizko samopodobo zaradi večinskega javnega mnenja, tudi lepotnih standardov (Gerenčer, 2004).

Niso redke izjave polne rasizma in ignorance: »Tako lepa, pa invalid!« Govorec se postavi na večvredni položaj in si dovoli obsojati. Ni smiselno, da jo postavljamo poleg drugim ženskam in jih med sabo primerjamo ter jo s tem opominjamo, za kaj vse bo prikrajšana. Telo nekaterih žensk z ovirami je tako drugačno od lepotnih standardov ženskega telesa, da bi ga morali v celoti rekonstruirati, kar bi bilo mogoče, a povsem nesmiselno (Pečarič, 2005). Za primer vzamimo Mariamu, mlado žensko, ki živi v Kamerunu in se je rodila brez rok. Večini se smili, nekateri le dlje zrejo vanjo, ker ne ponazarja njihovega koncepta fizične privlačnosti. Toda Mariamu ne želi, da bi se ljudem smilila, hkrati sama sebe želi videti kot lepo (Anderson, 2015).

Pri študiji Hammar in drugih (2009) je bil vprašalnik razdeljen 35 mladim s cerebralno paralizo in 98 le-teh brez znanih ovir. Izkazalo se je, da imajo mladi z ovirami slabšo

samopodobo. Strokovni delavci se moramo osredotočati na možnosti namesto na ovire, le tako lahko povečamo pozitivno telesno samopodobo uporabnic. Kadar je telo v središču pozornosti, moramo strokovnjaki dati prednost opolnomočenju. Sprejem te odločitve je sodelovanje pri izboljšanju pozitivne telesne samopodobe pri mladih. Le-to se kaže v rezultatih po 18-mesečnem obdobju intervencij na že omenjenem društvu Plus5, ob poškodbi glave z uporabo različnih metod in tehnik pomoči z likovnostjo. Šlo je za ugoden vpliv na koncentracijo, čustveno izražanje in izboljšanje samopodobe, kjer so dali velik poudarek na slednjo (Kokalj, 2017).

1. 2. 5 Proti predsodkom o telesu

Poleg tega, da je “treba” biti vitka in mlada, v naši družbi obstajajo tudi težki predsodki, ki jih vzgajajo v medijih, družbenih okoljih, prijatelji ali celo starši (Van Vonderen in Kinnally, 2012).

“Predsodke je prvi poimenoval ameriški novinar Walter Lippmann, ki je tudi prvi omenil stereotip kot “sliko v glavi”, ki si jo posameznik riše o sebi in drugih. Za stereotip je značilno, da temelji na nepreverjenih dejstvih in sporočilih o nekem dogodku, osebah, predmetih itn. Predsodki pa so bili za Lippmanna emocionalno nabiti negativni stereotipi. Negativne predsodke “superiorna skupina” pripisuje drugim skupinam, medtem ko so pozitivni predsodki pripisani le pripadnikom “superiorne skupine”. Zaradi interesov le-te se predsodki spreminjajo v objekt odkrite ideologije. Moški kot predstavniki superiorne skupne so tako skozi zgodovino oblikovali številne predsodke o ženski manjvrednosti, ki so jih utemeljevali na negativnih spolnih stereotipih” (Furlan, 2008, str. 65).

Diskriminacijo spodbujajo in omogočajo zlasti negativni predsodki o ženskah, ki so pogosto vsidrani v vsakdanje presojanje kot samoumevni. Naštejmo nekaj negativnih predsodkov: Lepa ženska – “tupa” glava; ženska veliko doseže s pomočjo svoje zunanosti; lepota in pamet ne gresta skupaj; pri ženskah je vsota videza in pameti konstantna, itn. Torej ženska, ki ustreza lepotnim standardom, je absurdno tudi označena s številnimi negativnimi predsodki, ki se vežejo na pomanjkanje pameti (Jogan, 1998).

Socialni delavci in delavke moramo spodbuditi starše, po raziskavah sodeč predvsem matere, naj pomagajo hčerki pri tvorbi pozitivne samopodobe in upiranju objektivizaciji svojih teles, ter da cenijo in ljubijo svoje telo. Matere, ki pomagajo hčerki povečati spoštovanje in ljubezen

do svojega telesa na koncu vzgojijo hčerke, ki pozitivno prispevajo h kritični kulturi, ki ne dopušča, da bi razmišljale dobro o svojem telesu takšnem, kot je (Arroyo, 2018). V kampanji Dove so na koncu enega izmed oglasov poskusa lepote za doseg lepote standardov opozorili: “Pogovorite se s svojo hčerko, preden se z njo pogovori lepota industrija” (Nelson, 2013).

Nekatera izmed feminističnih načel po Dominelli (2002), pomembnih za prakso v socialnem delu, so: priznavanje raznolikosti žensk, kjer se lahko navežemo na raznolikost videza; odprava privilegiranja nekaterih skupin žensk, da se prepreči, da bi razlike postale osnova za neenakosti med ženskami; ženske naj upoštevamo kot aktivne agentke, sposobne sprejemati odločitve sebe v vseh pogledih svojega življenja; pomembno je zagotavljanje prostora ženskam, da izrazijo svoje potrebe in rešitve težav. Uporabnicam moramo prisluhniti, jim zagotoviti varen prostor, da so slišane. Pomemben je varen prostor, kjer vsaka pride do besede. Z dogovorom se vzpostavi socialno delovni okvir. Edinstvenost je samoumevna in izhodiščna točka raziskovanja, tako je vsaka uporabnica edinstvena (Čačinovič Vogrinčič idr., 2009); in nazadnje iskanje kolektivnih rešitev posameznih problemov, saj poleg posameznih srečanj z ženskami z nizko samopodobo, lahko opazimo večjo sliko, ki nam pove, da so lepote standardi na udaru vsem ženskam, vseh starosti, posebej ranljive pa so mlade ženske.

Kako lahko izbrišemo predsodke? Številni ljudje in platforme so ustvarili gibanja, s katerimi so poskušali spremeniti predsodke o telesu. Od medijskih ključnikov (#) do oglaševalskih akcij je več ljudi, ki se borijo proti predsodkom o telesu in poskušajo dvigniti raven pojavljanja telesne raznolikosti (Nelson, 2013).

1. 2. 6 Pojavljanje telesne raznolikosti

75 % žensk, starih 18–29 let, v raziskavi, ki so jo opravili Etcoff, Orbach, Scott in D’Agostino (2004), želi videti veliko večjo raznolikost v slikah, kjer so ženske prikazane kot lepe. Želijo si videti ženske različnih oblik, velikosti in širši razpon starosti. Prav tako trdijo: “Vsaka ženska ima nekaj v sebi, kar je lepo” (85 %); in “Lepoto je mogoče doseči s stališčem, duhom in drugimi lastnostmi, ki s fizičnim videzom nimajo povezave” (76 %). Pomembno je, da je ta ideja ženske lepote prepletena z idejo o sreči in samorealizaciji. Ne le, da se ženske strinjajo, da je sreča glavni element, ki naredi žensko lepo, močno se strinjajo, da se tudi same počutijo najlepše, ko so srečne in svobodne v svojem življenju (87 %).

Kampanja JC Penneyja "Tukaj sem" je organizirala in ustvarila video, s katerim so promovirali ranolikost teles, zlasti debelih žensk. Izkazalo se je kot uspešno za dvig pozitivne telesne samopodobe. Ustvarjene so bile tudi peticije za boj proti univerzalnim lepotnim standardom (Iraheta in Delgadillo, 2019).

Podobno je Dove ustvaril svojo kampanjo "Prava lepota", ki se kreše z Victoria Secrets kampanjo "Ljubi svoje telo". Victoria Secret je za promocijo svoje oglaševalske akcije uporabljala visoke, fit in vitke modele, medtem ko je Dove uporabljal raznolike modele. Še en Dove oglas je v ospredje postavil mlade ženske, ki tiho zrejo v kamero. Pojavljale so se njihove misli: "Misli, da je grda", "želi si, da bi bila blondinka", "boji se, da je debela". Ob drugem prikazu so bile vesele, nizali so se stavki: "Spremenimo njihovo mišljenje", "ker se vsaka ženska zasluži počutiti dobro glede sebe", "ali vidiš, kako zares je lepa?" Medtem je zbor mladih žensk pel pesem Cindy Lauper *True Colors*, kjer pojejo o tem, naj ženske pokažejo svoje prave barve, ki so naravnost prekrasne (torej pravo lepoto, ki je tudi naslov kampanje) (Nelson, 2013).

Vrh tega je video, v katerem je Dove oglas naravno žensko s programom Photoshop prikazal kot preurejeno po lepotnih standardih, na spletni strani Youtube preplaval internet. S končnim stavkom so opozorili, naj družba ne nasede nerealnim lepotnim standardom, ki so nedosegljivi: "Ni čudno, da je naša percepcija lepote tako popačena" (Nelson, 2013).

Ravno zaradi nerealnih lepotnih standardov Royal Society for Public Health poziva k ukrepanju vlade in socialnih medijev, da bi pomagali spodbujati pozitivne vidike za mlade in se hkrati borili proti negativnim predsodkom. 68 % od 1500 mladih v Angliji je podpiralo priporočilo RSPH (2017), naj platforme družbenih medijev poudarjajo, kdaj so fotografije digitalno preurejene oz. manipulirane.

Študentki (Iraheta in Delgadillo, 2019), ki sta napisali članek, sta pripravili načrt, ki bo ozaveščal ženske o plateh lepotnih standardov. Na socialnem omrežju Instagram objavljata fotografije raznovrstnih telesnih tipov žensk (drobne, vitke, zajetne, ženske različnih barv kože, ženske z ovirami, idr.). Ko objavita slike uporabljata tudi ključnike opolnomočenja, da pritegneta večjo publiko. Na straniščih za dekleta sta dodali plakate, s katerimi sta spodbujali študentke, da se ob pogledu v ogledalo počutijo lepe. Na Instagramu sta pod privatnimi sporočili zahtevali od revijalne družbe ter manekenske agencije, naj promovirajo različne tipe

teles. Prav tako sta zahtevali naravne modele, ki ne nosijo ličil in ne prekrivajo strij ali niso prisiljeni k dieti ali obvezni vadbi. S temi ukrepi upata, da se zabrišejo predsodki in ideologije ljudi o lepotnih standardih mladih žensk.

1. 3 Spreminjanje lastega videza

Južnič (1998) zapiše, da lahko človek v procesih socializacije marsikaj doda svojemu načinu bivanja, ne more pa bistveno spreminjati telesa. Omeni, da lahko preoblikuje svoje telo, še posebej če ga želi sam ali to hočejo uskladiti drugi s kako prebvladujočo normo. Norme so lahko lepotni standardi, ki človeku v zavest in podzavest postavljajo merila, na njem je, ali jim bo sledil. Kuhar (2004) pa pravi, da smo celo prisiljeni v oblikovanje svojih teles glede na posttradicionalnost družbenih kontekstov, v katerih živimo. Pravi, da je telo postalo predmet urejanja v svetu podcenjene medsebojne skrbi.

Med najpogostejše projekte telesa štejemo diete, vadbo in lepotne kirurške/nekirurške posege, ti pa imajo pozitivne in negativne vidike. Zmerno prehranjevanje in zmerna vadba prispevata k zdravju, energiji, samospoštovanju, pozitivni samopodobi in občutku samonadzora. Projekti pa se lahko tudi zavlečejo, saj težnja popolnosti ženske pogosto pelje do pomanjkljive prehrane, pretiranih diet, motenj hranjenja in prekomerne vadbe (Kuhar, 2004). Pomembno je omeniti ponovni pojav trenda korzetov oz. steznikov pasu, ki so nevarni za ženske, saj povzročajo nenaravno zategovanje pasu s stiskanjem reber, v najslabših primerih premikanjem organov (Henriques, 2018).

Vplivna je prav tako tudi kozmetična industrija, pri kateri so lepotna podjetja v dvajsetih letih prejšnjega stoletja poudarjala ličila kot način povečevanja privlačnosti žensk, posredno in neposredno za moške. Glede ličenja pa študentke v študiji Huguet, Croizet in Richetin (2004) pravijo, da nosijo ličila, da so videti bolj privlačne in osebno zaželene. Korichi, Pelle-De-Queral D in Gazano (2008) pa trdijo, da ličila delujejo kot "kamuflača" za ženske, ki so pogosto tesnobne in nestabilne. Novejši trend predstavljajo umetno poudarjene trepalnice in obrvi. Le-ta postavlja elegantne polne obrvi kot lepotni standard, zaradi česar so iskane za nekirurški lepotni poseg. Sedaj veljajo za lepo ustvarjen videz elegantne polne obrvi in trepalnice, ki jih kozmetični izdelki, kot so svinčniki in maskara ne morejo doseči sami (Adam, 2020).

Na prvem mestu so ZDA, Brazilija pa ima drugo najvišjo stopnjo pogostosti lepotne kirurgije, kjer v večini svoje težko prislužene prihranke porabijo za posege. Kot strokovni delavci je pomembno, da poskusimo ugotoviti, kako so se lepotni standardi razvili. Razmisliti moramo tudi, zakaj ženske same uživajo (hkrati z velikimi odmerki tesnobe in zgražanja) v trudu za popolnim telesom (Adelman in Ruggi, 2008).

1. 3. 1 Diete

Želja po ustrežanju lepotnim standardom terja čudež. V “čudežni deželi” trgovcev z dietnimi proizvodi, je takih “čudežnih” izdelkov na pretek. Podjetja imajo koristi od večkratnih nakupov; saj je kar 95 % mladih žensk, ki so preizkusile dieto in niso vzdržale do doseženega cilja (Rhode, 2010).

Največkrat z besedo dieta ženske razumejo zavestno in načrtovano omejitev vnosa kalorij, da bi tako zmanjšale telesno težo oz. shujšale. Ženske pojejo manjše porcije, saj jih skrbi, da se bodo zredile. Poudariti velja, da večina žensk nikoli ne zaužije toliko hrane, kot si želi (Kuhar, 2004). V raziskavi Buchanan in Sheffield (2017) so se ženske na dieti opisovale kot “disciplinirane” in “odločne”, ko pa se diete niso rezultirale so se opisovale negativno tj. “šibka sem”, “nimam volje”, “neuspešna sem”. Videti je, da so imele nizko samopodobo.

Dieta, nezadovoljstvo s težo in izkrivljena telesna samopodoba so prisotne v vseh etničnih skupinah. V študiji Kilpatrick, Ohannessian in Bartholomew (1999) je bilo za 6504 azijskih, temnopoltih, latinoameriških in kavkaških oz. belopoltih mladih žensk poročano, da poskušajo izgubiti težo s podobno mero kot pri staroselcih iz Indije, kjer so ocenili najvišjo stopnjo poskusov. Študija na vzorcu študentk priča, da je kupovanje zdrave hrane finančno zahtevno. Pravijo tudi, da se diete ne držijo zlasti med vikendi. Pomembno je zagotoviti, da diete hkrati ne bodo vodile do socialne izključenosti, zlasti med mladimi (Irwin, Desbrow, Khalesi in McCartney, 2019).

1. 3. 2 Lepotni kirurški in nekirurški posegi

Posegi v žensko telo temeljijo na popularizaciji lepotnega standarda znotraj potrošniške kulture z očaranostjo nad zvezdnicami, označenimi kot zahodni “hollywoodski ideal”. Pomembna prelomnica je bila oddaja *Extreme Makeover* oz. popolna preobrazba, saj je po prvi oddaji prišlo do 44 % povečanja skupnega števila lepotnih posegov (Featherstone, 2010).

“Velika zadnjica” je v zadnjih nekaj letih postala tako priljubljena, da so operacije vstavljanja vsadkov vanje vse bolj množične. Po podatkih Ameriškega združenja plastičnih kirurgov (2016) je bilo med leti 2014 in 2015 operacij za povečanje zadnjice za 28 % več. Težava tega novega lepotnega standarda je, da mlade ženske čutijo pritisk, da pridobijo figuro “peščene ure”, ki je v praksi tako težko dosegljiva. V letu 2018 je bilo opravljenih več kot 12.000 več liposukcijskih postopkov kot v letu 2017 (za 5 % več), povečanje prsi pa je naraslo za 4 % (American society of plastic surgeons, 2018).

Prsi so vedno navzoč lepotni standard (če izvzamemo *flapperke*). Seksualizacija in objektivizacija prsi vodi v nezadovoljstvo z velikostjo le-teh, kar lahko prispeva k anksioznosti glede izgleda in želji po povečanju prsi (Forbes idr., 2007). V raziskavi, kjer je sodelovalo 107 britanskih študentk je približno tri četrtine žensk poročalo o nezadovoljstvu z veličino prsi, večina si je želela večje (Swami, idr., 2015).

Danes mnogokrat zasledimo besedo *influencerka*: “kdor z ugledom, ki ga uživa znotraj mreže sledilcev, bralcev, zlasti na družbenih omrežjih, pomembno vpliva na njihove odločitve in življenjski slog” (Inštitut za slovenski jezik ZRC SAZU, 2019). Vzamimo mlado Kylie Jenner kot primer znane *influencerke* videza. Čeprav ni nikoli priznala, da je opravila lepotne kirurške posege, plastični kirurgi in kirurginje, ki jo analizirajo skozi leta, menijo, da je. Mlade ženske se spodbuja, da o njej razmišljajo kot o viru trenutnega lepotnega standarda, resnično pa je njej podobno telesno figuro možno doseči le z veliko količino vadb, strogimi dietami, povrh najverjetneje s kirurškim posegom. Takšna nerealna telesa silijo ženske, da spremenijo svoj videz na nezdrav način (Henriques, 2018).

Pri mladih ženskah je bil botulinum toxin oz. botoks leta 2018 najpogostejši od vseh posegov, v porastu s kar 1384136 posegov. Posegov za povečanje prsi mladih žensk pa je 1003705, medtem ko je liposukcija na tretjem mestu s kar 708988 posegi (International Society of Aesthetic Plastic Surgery, 2018). Problem z botoksom je, da onemogoča obrazne izraze in tako omejuje sposobnost čustvovanja, čemur se ženske odpovejo v zameno za željeni popularen zategnjen obraz (Featherstone, 2010).

Dodatne raziskave so pokazale, da 55 % plastičnih kirurgov poroča o mladih ženskah, ki želijo izboljšati svoj videz zaradi slik sebe – *selfijev*. Pojavil se je nov pojav, imenovan po

aplikaciji “Snapchat dismorfija”, kjer pacienti iščejo operacijo, da bi jim ustvarili videz programske predelane različice sebe (Rajanala, idr., 2018).

1. 4 Patološke posledice vzora lepotnih standardov

Reilly in Rudd (2009) opozorita na problem socialne anksioznosti, ki se pojavi ob strahu, da bodo mlade ženske naredile neugoden vtis na druge. Eden od načinov, da se lahko temu izognejo, je ustvariti ugoden vtis z lepim videzom, po lepotnih standardih družbe. Študija naprej kaže, da prizori lepotnih standardov povzročijo socialno anksioznost, kar nato vodi v spreminjanje videza.

Ob misli na telovadbo, se spomnimo zdravega načina življenja, vendar pri ženskah ni enostavno razlikovati med vadbo za doseganje fizičnega zdravja in dobrega počutja ter vadbo, ki je namenjena oblikovanju idealnega videza (Kuhar, 2004). Nolen-Hoeksema in Girgus (1994) pravita, da je objektivizacija telesa nevarnost za nastanek depresije in ostalih motenj duševnega zdravja zlasti motenj hranjenja, ker mlade ženske verjamejo, da je v skladu s pričakovanji “privlačnost kot tankost” način, kako pridobiti spoštovanje in postati uspešna.

1. 4. 1 Motnje hranjenja

Rener (1998, str. 55) pravi: “Sociološki vidiki motenj hranjenja se kažejo kot družbena manipulacija ženskih teles, kot ena osrednjih strategij razkazovanja družbenih razmerij in moči med spoloma. Zapoved primerne (vitke) podobe je postala ena temeljnih vrednot naše družbe. Za to zapovedjo stoji fenomen diktature vitkosti, okrog katerega se nezavedno odvijajo naša življenja”. Pandel Mikuš (2003) doda, da je želja po vitkosti pri boleznima anoreksiji in bulimiji nedvomno tudi odraz socialnega in kulturnega pritiska. Doda, da debelost, posebej še za žensko, vse bolj postaja družbeno stigmatizirana.

Tudi kompulzivno prenajedanje je vrsta motnje hranjenja, ki označuje prisilno pretirano konzumiranje količin hrane, ki so objektivno ali subjektivno prevelike, čemur sledijo občutki krivde. Za razliko od “*binge-eatinga*” oz. prenajedanja ni nujno, da kompulzivno prenajedanje poteka v epizodah, lahko je razpotegnjeno čez ves dan ali daljše obdobje (Pandel Mikuš, 2003).

Na podlagi statističnih podatkov Wilsonove iz leta 2004 ima več kot pet milijonov Američanov in Američank motnje hranjenja, od tega je 90 % mladih žensk. Stopnja umrljivosti pri osebah z motnjami hranjenja je več kot 12-krat višja od vseh drugih vzrokov smrti pri ženskah, starih od 15 do 24 let. Socialna delavka Ting-Ting Avis Lau (2007) pregleda problematiko motenj hranjenja. Pravi, da se moramo zavedati, kako se v družbi kaže sporočilo o spreminjanju telesa, saj bomo tako boljše pripravljeni na to, da bomo v socialnem delu svoje uporabnice lahko opolnomočili in z njimi skozi komunikacijo soustvarjali rešitve.

Z motnjami hranjenja kot ženskim problemom so se ukvarjale predvsem Ženska svetovalnica, Društvo za raziskovanje in uresničevanje psihosocialnih potreb žensk – MODRA in Svetovalnica za motnje hranjenja MUZA. V okviru Ženske svetovalnice so začele delovati tudi skupine za samopomoč za ženske, ki trpijo za anoreksijo in bulimijo (Ženska svetovalnica, 2016). Skupine za samopomoč je moč opaziti v socialnodelovnih praksah, saj so varen prostor, kjer ženske lahko govorijo in/ali razmišljajo o svojih izkušnjah. “Člane družijo podobne težave in stiske in ob podpori članov skupine lahko dosežejo spremembe na socialnem in osebostnem področju. Pomemben vir zadovoljstva je čustvena opora, ki si jo dajejo člani. Pomemben jim je občutek, da delijo isti problem, da lahko drug drugemu pomagajo. Skupina je tudi pomemben vir informacij tako o bolezni sami, kakor o načinu premagovanja njenih posledic” (Bogataj, 2004, str. 161).

1. 5 Videz ženske v medijih

Televizija prikazuje ženske v vlogah, ki jih dejansko zasedajo, s tem pa reproducira in utrjuje obstoječo delitev vlog med spoloma. S posredovanjem izbranih vsebin in družbenih vlog televizija obenem konstruira družbeno stvarnost in lepotne standarde žensk, ki z načeli vplivanja medijev oblikujejo družbo (Verša, 1992).

Zdi se, da je medijem uspelo spodbuditi veliko bolj intimen odnos s telesi mladih žensk kot ga one same s seboj. To je razvidno iz nenehne objektivizacije zvezdnic v medijih. Nekatere vidike tako takoj hvalimo, druge pa v celoti zavračamo. Več kot dve tretjini (68 %) žensk se strinja, da “mediji in oglaševanje postavljajo nerealen standard lepote, ki ga večina žensk nikoli ne more doseči” (Etcoff, Orbach, Scott in D’Agostino, 2004).

Ženska je osrednja potrošnica, hkrati pa je mlada ženska tudi najbolj pogosta oglaševalka (mlada, lepa, zapeljiva, vitka, negovana). Ženske se na oglasih pojavljajo tako, da ugajajo moškemu, torej s ponazarjanjem tiste erotične ženske podobe, ki je všečna moškemu, vabijo žensko k nakupu izdelka (Drglin idr., 2002).

Revije *Vouge*, *Elle*, *Glamour* in *Cosmopolitan* konstruirajo slike idealne lepote. V raziskavi, kjer so obravnavali 5577 ženskih modelov iz dvanajstih držav, so opazili prevladovanje zahodnega vpliva lepotnih standardov pri vseh državah, pri tem je najmanjši efekt zahoda na azijske modele (Yan in Bissell, 2014). Drglin (2002) pomembno opaza, da je skupna tema revij medikalizacija in discipliniranje ženske s poudarjanjem opazovanja, korekcije “napak”, treninga, nege in dekoracije ženskega telesa.

Mediji sugerirajo, da je doseganje vitkega ideala tako kot jemanje čarobne tabletke – neboleče in ne zahteva posebnega napora. Ne glede na to, da so slike močno preurejene in izpopolnjene z računalniškimi programi, mediji prepričujejo ženske, da je predstavljeni tip telesa realističen in dosegljiv za vsakogar (Lau, 2007).

1. 5. 1 Ženske na socialnih omrežjih

Živimo v dobi manipuliranih slik in vedno spreminjajočih se lepotnih standardov. S širjenjem tehnologije urejanja fotografij prek aplikacij, kot sta Snapchat in Instagram je stopnja fizične “popolnosti” zdaj na vseh medijih. Salomon (2017) pravi, da na socialnih omrežjih opazimo vrstnike, ki manipulirajo s fotografijami. Novejši program *Facetune* na telefonu lahko zglati kožo, zoža obraz, poveča karkoli, zobje postanejo bolj beli, oči in ustnice večje in še mnogo več. Hitro delimo na Instagramu, všečki in komentarji pa se začnejo vrstiti. Urejanje slik je postalo “pravilo”, ki spreminja pogled na lepoto širom sveta (Rajanala, idr., 2018).

V študiji Emily Frith v letu 2016, 16–24-letnice vsak teden porabijo 29 ur brskanja po internetu (2 uri in 26 minut na dan). Skoraj vsaka mlada odrasla oseba uporablja socialne medije: 99 % jih je poročalo o uporabi socialnih omrežij tedensko. Ule (2008) razmišlja, kaj torej mediji pomenijo mladim ženskam? Pogosto jih uporabljajo za zabavo in sprostitve v prostem času; služijo jim pri oblikovanju samopodobe; omogočajo jim močne in intenzivne doživljanje; uporabljajo jih za obvladovanje stresnih in negativnih čustvenih stanj. Vrstniki zagotavljajo čustveni in psihološki sistem podpore, vendar primerjanje sebe z drugimi povzroči nenehno spraševanje in dvome: ”Zakaj je ta objava dobila več všečkov kot moja?”

Clement (2017) zapiše, da je junija 2016 na vsebini, povezani z lepoto, samo na YouTubeu več kot 5 milijard ogledov mesečno. Večino lepote vsebine na YouTubeu poljubno ustvarijo mlade ženske, ki podajajo nasvete in sledijo nekaterim lepotnim standardom. Tu lahko zasledimo vplivnost vrstnic, saj nas poleg opazovanja le-teh, učijo lepotičenja.

Če se vrnemo na platformo Instagram, študija Clement (2020) od januarja 2019 do danes pravi, da je 71 % od milijarde aktivnih uporabnikov mesečno mlajših od 35 let. Najbolj priljubljen starostni razpon so uporabniki med 25. in 34. letom, ki mu sledijo uporabniki med 18. in 24. letom. Avtorica študije Wagstaff (2018) pravi, da Instagram – bolj kot katera koli druga platforma – zmede naš radar za socialno primerjavo. Nenehno poskušamo ugotoviti, ali smo bolj ali manj privlačni kot vsi drugi. Ljudje na Instagramu objavljajo samo svoje najboljše slike z uporabo preurejanja oz. filtrov, zaradi katerih so videti lepši. Imamo lažen občutek, kaj je “povprečje”, zaradi česar se sami počutimo slabše.

Tiggermann (2019) je omenil trend na Instagramu, ki je tudi objavljanje fotografij, ki vsebujejo slike realnega naravnega videza zraven slik nerealnega oz. programsko manipuliranega videza – obe sliki iste ženske. Udeleženi je bilo 305 žensk, starih 18–29 let, ki so bile naključno dodeljene za ogled enega od treh nizov opisanih slik. Ogled realne slike je povzročil manjše nezadovoljstvo glede svojega videza v primerjavi z idealno sliko.

Na socialnih omrežjih se danes najbolj pogosto pojavljajo fitnes modeli in laične športnice. Študija nabora 600 slik je bila kodirana za tip telesa, aktivnost, objektivizacijo in besedne elemente. Rezultati so pokazali, da je večina slik žensk vsebovala samo en tip telesa: tanko in čvrsto. Čeprav so slike natreniranih žensk ljudem morda navdihujoče, vsebujejo tudi goloto in številne elemente, ki bi lahko negativno vplivali na telesno samopodobo mladih žensk, ki tudi na ostalih socialnih omrežjih te slike opazujejo (Tiggermann in Zaccardo, 2018).

Drglin (2002) hkrati poudari, da kadar je žensko telo odkrito ali poudarjeno, so hkrati drže in pogledi žensk s slik bolj zapeljivi. Ženska ima občutek, da prevzema moški pogled, sočasno tone v začaran krog destruktivnih misli o sebi in lepotnih standardih.

2 FORMULACIJA PROBLEMA

Problematiko lepotnih standardov lahko opazimo skozi daljšo zgodovino in v različnih kulturah, pri tem ženske doživljajo pritisk po doseganju "popolnosti" in represijo nad množičnimi področji njihovega jaza, ki ga povzroča univerzalni lepotni standard iz zahodne ameriške kulture.

Kot študentka sem v pogovoru s študentkami zaznala, da so današnji lepotni standardi aktualna tema. Mnogokrat kar med predavanjem opazim, da pogledajo v svoje telefone in opazujejo neoporečen videz mladih žensk (vrstnic, znank, prijateljic, športnic, influencerk, modelov, znanih oseb itn.). Sama pa opazim, da sledijo veliko profilom le-teh na svojih socialnih omrežjih. Danes so programi za manipulacijo fotografij na voljo vsakomur, mediji pa so nepogrešljiv vidik obravnave lepotnih standardov.

Izobraževanje oz. študijska dejavnost pomembno pripomore k osebni rasti študentk, zato je to eno ključnih obdobj življenja. Sicer pa študentska leta veljajo za najlepša leta, saj se študentke v splošnem veliko družijo, večina jih skozi teden živi v študentskih domovih in stanovanjih stran od svoje družine, skratka spoznavajo sebe in nove ljudi okoli sebe. Študentke in mlade ženske pa so ranljiva skupina, saj so zaradi lepotnih standardov tarča predsodkov in spolnih objektivizacij. V socialnem delu jim moramo pomagati, z njimi soustvarjati rešitve, da se znebijo negativne telesne samopodobe ter jih opominjati, da je vsako telo unikat. Poglavitno je spoznati ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi, saj ti upodabljajo nerealno žensko telo. Le-to je namreč družbena in kulturna tvorba, obarvana z najnovejšimi trendi, ob tem pa ženske s svojim telesom poljubno upravljajo. Potemtakem je pomembno, kaj mlade ženske menijo o lastnem videzu, danes pa tudi, kako ga vidijo ostali.

Kot socialna delavka se bom ukvarjala z mnogimi tematikami, menim, da je pomembna tudi samopodoba študentk in njihova edinstvenost. Tudi mlade ženske z ovirami so družbeno označene kot nasprotje lepotnim standardom, zaradi svojega izgleda. Pomembno je spoznati, kakšni so temelji zgodb uporabnic ob spreminjanju lastnega videza, poleg tega pa biti pozorni na patološke posledice doseganja željenega videza. Vse mlade ženske in torej tudi študentke je potrebno spodbujati k razbremenitvi občutka manjvrednosti in skrivanja izgleda zaradi družbene konceptualizacije lepote.

Po pregledu literature sem napisala naslednja raziskovalna vprašanja:

Kako študentke definirajo lepotne standarde?

Ali študentke menijo, da morajo biti lepotni standardi pri videzu žensk pomembni?

V kolikšni meri so študentke zadovoljne s svojim videzom?

Ali študentke menijo, da vsakodnevna uporaba Instagrama igra vlogo pri oblikovanju samopodobe?

Ali študentke želijo videti več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde?

Kakšna so ravnanja študentk v Sloveniji starih od 18 do 29 let, v povezavi z lepotnimi standardi?

Po pregledu literature sem napisala naslednje hipoteze:

H1: Polovica študentk meni, da so lepotni standardi kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti.

H2: 75 % študentk meni, da lepotni standardi pri videzu žensk ne morajo biti pomembni.

H3: Vsaj 50 % študentk je niti nezadovoljnih niti zadovoljnih s svojim videzom.

H4: Da bi se s telesnim videzom približale lepotnim standardom, manj kot polovica študentk vsaj enkrat letno preizkusi dieto, ki je dolgoročno neuspešna.

H5: Manj kot 15 % študentk se je spopadlo z motnjo hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom.

H6: 10 % študentk je že pomislilo o kirurškem posegu, da bi se približale lepotnim standardom.

H7: 50 % študentk je že preuredilo fotografije sebe, da bi bile vsaj malo bolj podobne lepotnemu standardu, preden jih objavijo na socialna omrežja.

H8: 90 % študentk meni, da vsakodnevna uporaba Instagrama ne igra vloge pri oblikovanju samopodobe.

3 METODOLOGIJA

3.1 Vrsta raziskave in spremenljivke

Raziskava je kvantitativna, saj sem zbirala številčne podatke.

Tabela 1: Spremenljivke

SPREMENLJIVKE	INDIKATORJI	MODALITETE	LESTVICA
Letnik in stopnja študija	Kateri letnik in stopnja študija si?	a) 1. letnik 1. stopnje b) 2. letnik 1. stopnje c) 3. letnik 1. stopnje č) 4. letnik 1. stopnje d) 1. letnik 2. stopnje e) 2. letnik 2. stopnje f) 1. letnik 3. stopnje g) 2. letnik 3. stopnje h) 3. letnik 3. stopnje i) 4. letnik 3. stopnje	Nominalna
Definiranje lepotnih standardov	Lepotni standardi so poljubni in se zelo razlikujejo tako od ene kulture do druge kot skozi čas. Kljub temu danes prevladujejo univerzalni lepotni standardi iz ameriške oz. zahodne kulture, na katere se oziram v nadaljevanju. S katero definicijo ali definicijami lepotnih standardov se najbolj strinjaš? Možnih je več odgovorov.	a) Lepotni standardi so kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti. b) Lepotni standardi so sodobne lepote z gladko kožo, simetričnim obrazom, prijetnim pogledom, lepo oblikovanimi trepalnicami in obrvmi, polnimi ustnicami in lepimi lasmi, oblekami v trendu in urejenimi nohti ter s poudarjenimi oblinami na sicer vitkih čvrstih telesih, ki imajo figuro "peščene ure" torej ozek pas, rahlo širše boke, sorazmerno veliko čvrsto zadnjico, polne pokončne prsi, itd. c) Lepotni standardi so preusmerjevalci družbene zavesti z ženskih kompetenc na zunanost videza, hkrati spodkopavajo žensko samozavest, razblinijo njihove čustvene in ekonomske vire ter jih postavijo v ospredje kot spolne objekte č) Imam svojo definicijo lepotnih standardov: d) Drugo:	Nominalna

Pomembnost lepotnih standardov	Ali meniš, da morajo biti lepotni standardi pri videzu žensk pomembni?	a) Da. b) Ne.	Nominalna
Zadovoljstvo z videzom	V kolikšni meri si zadovoljna s svojim videzom? (1 – nisem zadovoljna, 2 – bolj sem nezadovoljna kot zadovoljna, 3 – niti nezadovoljna, niti zadovoljna, 4 – sem še kar zadovoljna, 5 – sem zadovoljna)	a) 1 b) 2 c) 3 č) 4 d) 5	Ordinalna
Počutje ob opazki lepotnega standarda	Kako se počutiš, kadar opaziš žensko, ki ustreza lepotnim standardom? Možnih je več odgovorov	a) Počutim se žalostno in/ali manjvredno. b) Počutim se ljubosumno, saj ji zavidam. c) Počutim se očarano, saj ima čudovite obline. č) Počutim se nervozno, saj mi njen videz ni všeč. d) Počutim se dobro, ker sem ji podobna. e) Počutim se dobro, saj ji privoščim, da je tako lepa. f) Počutja ne znam opisati. g) Ne počutim se drugače, kot preden sem jo opazila.	Nominalna
Namen telovadbe zaradi lepotnih standardov	Ali si kdaj telovadila tudi z namenom, da bi se s telesnim videzom približala lepotnim standardom?	a) Da. b) Ne. c) Ne želim odgovoriti.	Nominalna
Preizkus diete zaradi lepotnih standardov	Ali si že preizkusila dieto, da bi se s telesnim videzom približala lepotnim standardom?	a) Da. b) Ne. c) Ne želim odgovoriti.	Nominalna
Število preizkusov in uspešnost diete	Če si odgovorila z Da, kolikokrat si preizkusila dieto in kakšna je bila uspešnost le-te?	a) Na dieti sem vsaj enkrat letno, dolgoročno je neuspešna. b) Na dieti sem vsaj enkrat letno, dolgoročno je uspešna. c) Na dieti sem bila le nekajkrat v življenju, ni bila uspešna. č) Na dieti sem bila le nekajkrat v	Nominalna

		življenju, bila je uspešna. d) Na dieti sem bila le enkrat v življenju, ni bila uspešna. e) Na dieti sem bila le enkrat v življenju, bila je uspešna.	
Motnja hranjenja zaradi lepotnih standardov	Ali si se spopadla z motnjo hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom?	a) Sem. b) Nisem. c) Ne želim odgovoriti. č) Ostale patološke posledice zaradi tovrstne želje.	Nominalna
Misel na poseg zaradi lepotnih standardov	Si kdaj pomislila, da bi naredila kirurški in/ali nekirurški poseg, da bi se približala lepotnim standardom? Možnih je več odgovorov.	a) Da, pomislila sem na kirurški poseg. c) Ne. b) Da, pomislila sem na nekirurški poseg.	Nominalna
Tipi posegov	Če si odgovorila z Da, na kakšen tip posega si pomislila? Možnih je več odgovorov.	a) Povečanje zadnjice b) Liposukcija c) Povečanje prsi č) Pomanjšanje prsi d) Dvig prsi e) Abdominoplastika oz. korekcija trebuha f) Podaljšanje trepalnic g) Vrisovanje obrvi h) Botulinum toksin oz. botoks i) Drugo	Nominalna
Oziranje na trende lepotnih standardov	Kako pogosto se pri lepotičenju in oblačenju same sebe oziraš na sočasne trende lepotnih standardov? (1 – nikoli, 2 – redko, 3 – niti redko niti pogosto, 4 – pogosto, 5 – vedno)	a) 1 b) 2 c) 3 č) 4 d) 5	Ordinalna
Preurejanje fotografij zaradi lepotnih standardov	Ali si kdaj preuredila fotografije sebe (s programi kot so Facetune/Photoshop ali le funkcije na Instagramu/Snapchatu), da bi bila bolj podobna lepotnemu	a) Da. b) Ne. c) Ne objavljam fotografij same sebe.	Nominalna

	standardu, preden si jih objavila na socialna omrežja?		
Upodabljanje lepotnih standardov	Ali si kdaj namenoma upodabljala (v živo ali le na fotografiji) kakšnega od lepotnih standardov, da bi bila bolj všeč osebi/osebam spola, ki te privlači? Možnih je več odgovorov.	a) Da, saj menim, da jim/mu/ji je to všeč. b) Da, saj menim, da sem tako malce lepša. c) Ne, saj menim, da sem lepša taka, kot sem. č) Ne in ne razmišljam tako. d) Ne zanima me, kaj si misli/jo o mojem videzu.	Nominalna
Vloga uporabe Instagrama na samopodobo	Samopodoba so značilnosti, poteze, občutja, upodobitve, vidiki, sposobnosti in druge psihične vsebine, ki jih posamezna oseba pripisuje sama sebi. Ali meniš, da vsakodnevna uporaba Instagrama igra vlogo pri oblikovanju samopodobe?	a) Menim, da igra vlogo. b) Menim, da ne igra vloge.	Nominalna
Primerjanje videza z lepotnimi standardi	Se znajdeš v situaciji, da svoj videz večkrat primerjaš z drugimi ženskami, ki upodablajo kakšnega od lepotnih standardov?	a) Da. b) Ne.	Nominalna
Primerjanje videza	Če si odgovorila z Da, s kom svoj videz primerjaš? Lahko odgovoriš na več odgovorov.	a) S svojimi znankami in/ali prijateljicami. b) S svojimi sorodnicami. c) Z znanimi osebami (pevke, igralk, športnice ...). č) Z modeli in/ali fitnes modeli. d) Z ženskami, ki so zaslovele na socialnih omrežjih. e) Z mimoidočimi v javnosti. f) Z ženskami iz oglasov. g) Drugo.	Nominalna
Raznolikost oblik teles	Si želiš videti več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepote standarde?	a) Da, raznolikosti primanjkuje. b) Mogoče le ponekod. c) Ne, ni potrebe po raznolikosti.	Nominalna

3. 2 Merski instrument in viri podatkov

Merski instrument je anketni vprašalnik, rezultate pa sem prikazala s pomočjo grafičnih in tabelarnih prikazov.

Vprašalnik je standardiziran in predhodno izdelan po istem vrstnem redu. Anketni vprašalnik je anonimen in sestavljen iz zaprtih ter odprtih odgovorov. Anketni vprašalnik sem sestavila na podlagi prebrane teorije, raziskovalnih vprašanj, hipotez in svojih opažanj v življenju. V uvodu sem dodala pojasnila in navodila.

3. 3 Opredelitev enot raziskovanja – populacija, vzorec

Populacija moje raziskave je 500 študentk v Sloveniji, starih od 18 do 29 let, s študentskim statusom v študijskem letu 2019/2020. Anketo sem izdelala s pomočjo spletne strani www.1ka.si, tu pa je vzorec neslučajnostni in priložnostni, saj nisem mogla v popolnosti nadzorovati vzorca respondentov.

3. 4 Zbiranje podatkov oz. empiričnega gradiva

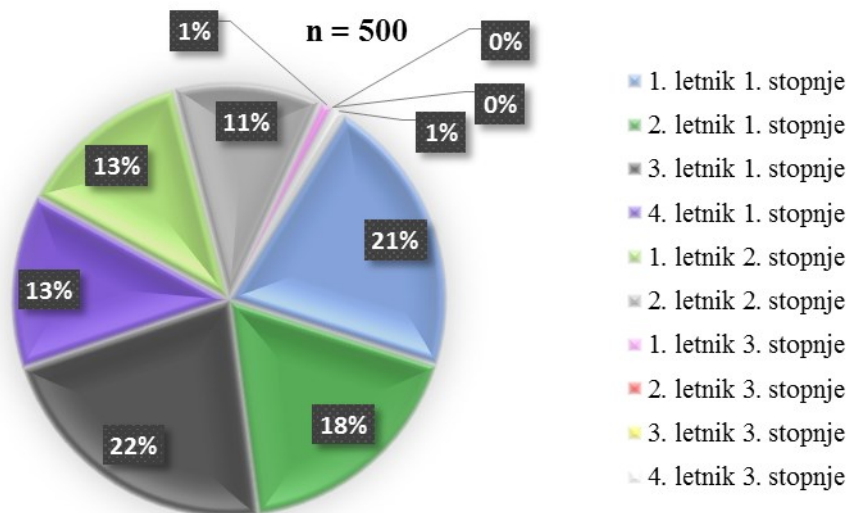
Metoda zbiranja podatkov je anketiranje, ki je potekalo 3 dni in sicer od 13. 4. 2020 do 15. 4. 2020. Podatke sem zbiralala zlasti z objavljanjem ankete na Facebook skupine študijskih letnikov in študentskih domov, prav tako sem anketo poslala nekaterim študentkam, ki jih poznam. Spodbudila sem jih, da anketo delijo med ostale študentke. Cilj je bil pridobiti čim več v polnosti izpolnjenih anket. Pomembno pa je bilo, da so na vprašanja odgovarjale iskreno, kar sem jih v uvodu vprašalnika tudi prosila. Anketiranje sem zaključila, ko sem pridobila 500 v celoti rešenih anket.

3. 5 Obdelava podatkov

Zbrane podatke sem obdelala kvantitativno. Gradivo sem obdelala računalniško s pomočjo programa Microsoft Excel.

4 REZULTATI

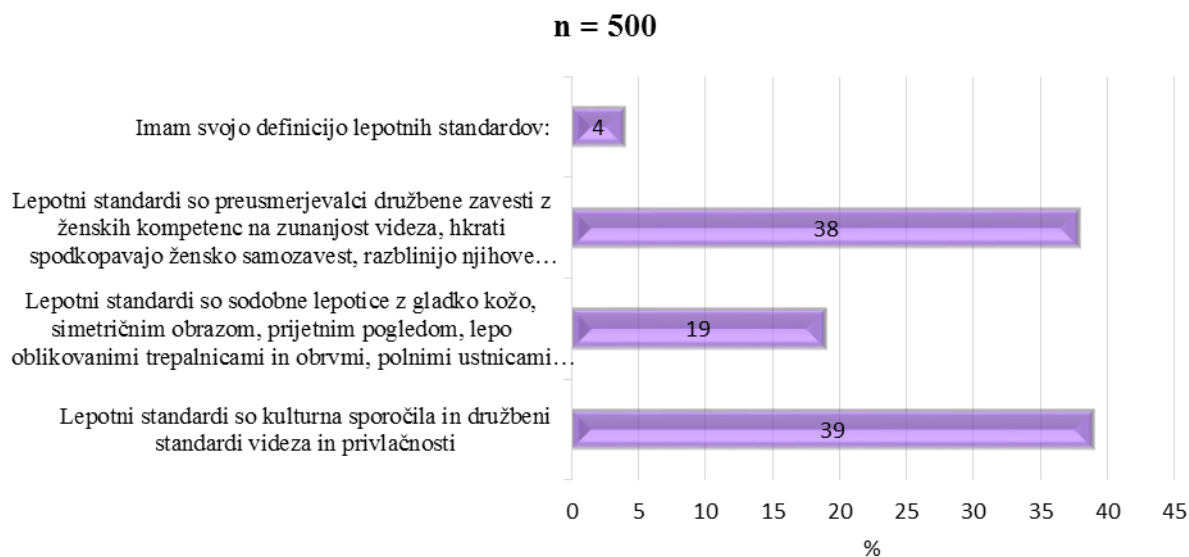
4. 1 Letnik in stopnja študija



Graf 1: Letnik in stopnja študija

Najpogostejše anketiranke so bile študentke 3. letnika 1. stopnje. V to skupino sodi 22 % študentk. Z enim odstotkom manj so jim sledile študentke 1. letnika 1. stopnje. Zatem so se z 18 % nizale študentke 2. letnika 1. stopnje, vsaka skupina s 13 % pa so bile študentke 1. letnika 2. stopnje in 4. letnika 1. stopnje. Zatem so bile študentke 2. letnika 2. stopnje z 11 % in od tu skupine študentk z najmanj odstotki – 1. letnik 3. stopnje 1 % in 4. letnik 3. stopnje 1 % ter vsaka skupina z 0 % pa študentke 2. letnika 3. stopnje in 3. letnika 3. stopnje.

4. 2 Definiranje lepotnih standardov



Graf 2: Definiranje lepotnih standardov

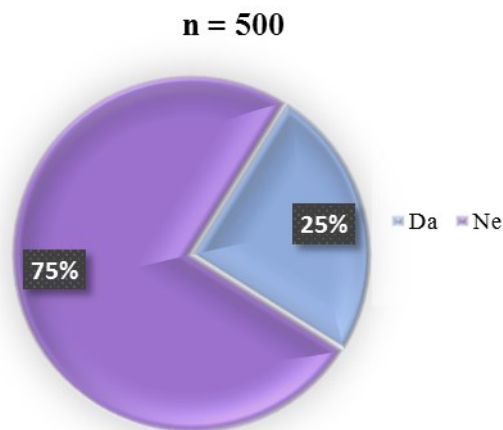
Raziskava je pokazala, da so se študentke najbolj strinjale z dvema definicijama, in sicer 39 % se jih je strinjalo z definicijo “Lepotni standardi so kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti” in 38 % se jih je strinjalo z definicijo “Lepotni standardi so preusmerjevalci družbene zavesti z ženskih kompetenc na zunanost videza, hkrati spodkopavajo žensko samozavest, razblinijo njihove čustvene in ekonomske vire ter jih postavijo v ospredje kot spolne objekte”. Z 19 % so se študentke strinjale z definicijo “Lepotni standardi so sodobne lepote z gladko kožo, simetričnim obrazom, prijetnim pogledom, lepo oblikovanimi trepalnicami in obrvmi, polnimi ustnicami in lepimi lasmi, oblekami v trendu in urejenimi nohti ter s poudarjenimi oblinami na sicer vitkih čvrstih telesih, ki imajo figuro “peščene ure” torej ozek pas, rahlo širše boke, sorazmerno veliko čvrsto zadnjico, polne pokončne prsi, itd.”.

4 % študentk pa je napisalo svoje definicije lepotnih standardov. Študentke so pod svoje definicije nizale številna med seboj različna ter ponekod podobna pojmovanja lepotnih standardov (razvidno v Tabeli 2).

Tabela 2: Imam svojo definicijo lepotnih standardov

Imam svojo definicijo lepotnih standardov:
Strinjam se z vsemi definicijami. Lepotni standardi nekako zahtevajo, da se “moram” strinjati z vsem, kar predstavljajo.
Zame je lepotni standard naravna lepota brez ličil.
Lepotni standardi so tržni trend, za katerim se obrača veliko denarja. Ženska je lepa, kadar se tako počuti od znotraj – v svoji koži, za to pa ne potrebuje niti kančka ličil ali drugih lepotnih procedur.
Bistvo je očem skrito. Lepota izhaja iz čistega srca in se riše na obrazu v obliki zadovoljnega nasmeška, notranjega miru, radosti in pravičnosti ter dobrosrčne usmerjenosti navzven k drugim ljudjem.
Zame je lepotni standard, kadar je ženska samozavestna in zadovoljna s tem, kako izgleda.
Manj je več. Naravno je boljše.
Lepota je mnogoterih oblik. Moja percepcija lepega je odvisna od tega, kako se ujema z mojo energijo v določenem času in prostoru.
Lepotni standardi so standardi vsake ženske. Včasih lahko sprožijo negativna čustva zlasti strah in potem depresijo, lahko pa si jih po svoje razlagamo in s samozavestjo postanemo zadovoljne same s sabo.
Vsaka ženska ima svoje lepote standarde, zame je to srečna ženska, ki se uredi po svoji želji in se počuti lepo.
Lepotni standardi so družbeno strukturirani standardi v določenem prostoru in času.
Vsekakor preusmerjanje družbe, prepričevanje v nek enosmeren vidik lepote, ni unikatnosti. Samo “kupuj izdelke, maži in lepotiči se itd.”. Večina mladih pa denarja za to nima, kar je zgrešena logika družbe.
So afranje in onegavenje tistih, ki nočejo priznati svojega jaza. Moški se mora zaljubiti v žensko kot tako, ne pa v njeno masko.
Lepotni standard ženske je lahko tudi – imeti videz moškega.
Vsaka od navedenih definicij je resnična, zato se strinjam z vsemi, nič bolj ali manj.
Lepotni standardi so biološko pogojeni s stopnjo telesne simetrije, slikami, ki jih gledamo po medijih – raje bi rekla lepotni trendi. V zadnjem času se po malem menjajo in prilagajajo – dediskriminirajo, prihaja tudi do soobstoja navidez nasprotujočih si trendov, kar se pojavlja s poplavo socialnih profilov, kjer lahko objavljaš svoj videz. Ženske se moramo znebiti občutka, da je prikaz našega telesa le objektivizacija. Spomniti se moramo, da so vsa telesa "zakon" in lepa ter vsi lahko uživamo v njih in s tem ne rabimo trpeti odmevov patriarhata.
Lepotni standardi so kapitalizem in egoizem.
Zavedam se, da je lepota družbeno konstruiran pojem in ima v vsaki kulturi drugačen pomen, tako da nisem totalno podvržena tem “trendom”, ampak bi za veliko področje izbrala drugo točko – saj je to predstavljeno kot lepotni standard in mu vsi po malem sledimo.

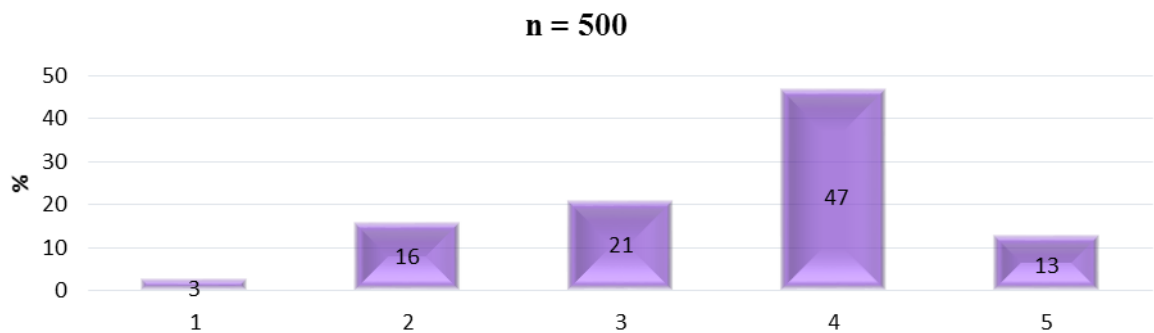
4. 3 Pomen lepotnih standardov pri videzu žensk



Graf 3: Pomembnost lepotnih standardov

Kar tri četrtine – 75 % študentk meni, da lepotni standardi pri videzu žensk ne morajo biti pomembni. Obratno 25 % študentk meni, da lepotni standardi pri videzu žensk morajo biti pomembni.

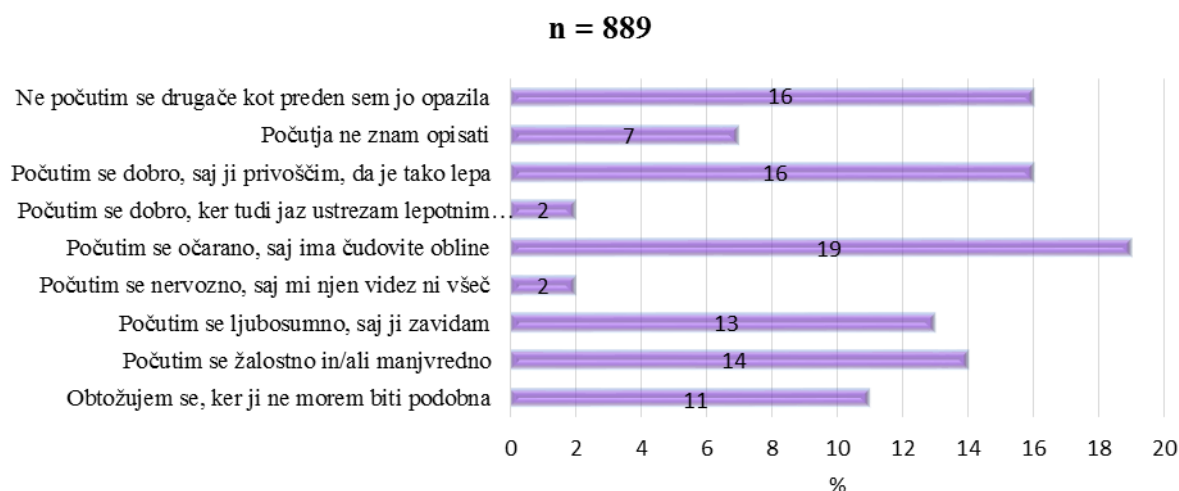
4. 4 Mera zadovoljstva z lastnim videzom



Graf 4: Zadovoljstvo z videzom

Rezultati so pokazali, da je 47 % anketiranih študentk še kar zadovoljnih s svojim videzom. Sledile so študentke, ki niso niti nezadovoljne niti zadovoljne s svojim videzom – 21 %. Kar 16 % študentk je bolj nezadovoljnih kot zadovoljnih s svojim videzom, 13 % študentk pa je zadovoljnih s svojim videzom. Nazadnje 3 % študentk ni zadovoljnih s svojim videzom.

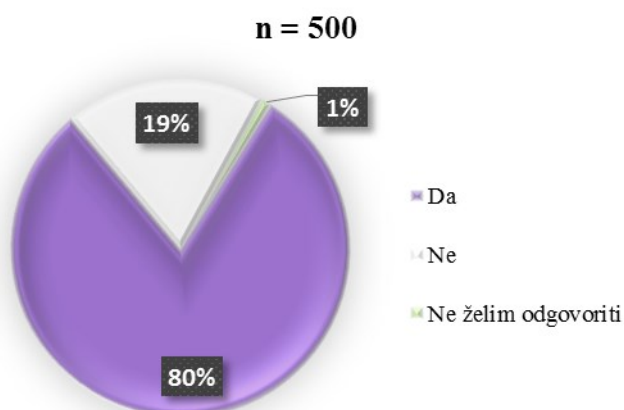
4. 5 Vpliv lepotnih standardov na osebno počutje



Graf 5: Počutje ob opazki lepotnega standarda

Največji odstotek anketirank se ob opazki ženske, ki ustreza lepotnim standardom počuti očarano, saj ima čudovite obline (19 % študentk). Študentk, ki so označile “ne počutim se drugače kot preden sem jo opazila”, je bilo 16 %, z istimi odstotki pa se študentke počutijo dobro, saj ji privoščijo, da je tako lepa. Sledile so študentke, s 14 %, ki se počutijo žalostne in/ali manjvredne. Takoj zatem s 13 % se študentke počutijo ljubosumne, saj ji zavidajo. 11 % študentk se obtožuje, ker ji ne morejo biti podobne. Počutja ni znalo opisati 7 % anketirank, medtem pa se je 2 % študentk počutilo dobro, ker tudi one ustrezajo lepotnim standardom in prav tako 2 % študentk nervozno, saj jim njen videz ni všeč.

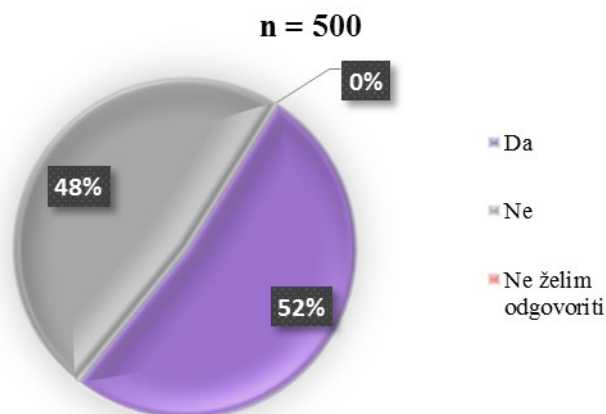
4. 6 Telovadba z namenom uskladiti videz telesa z lepotnimi standardi



Graf 6: Namen telovadbe zaradi lepotnih standardov

Rezultat raziskave kaže, da je kar štiri petine – 80 % študentk že kdaj telovadilo z namenom, da bi se s telesnim videzom približale lepotnim standardom. 19 % študentk ni telovadilo s tem namenom in 1 % anketirank ni želelo odgovoriti na vprašanje.

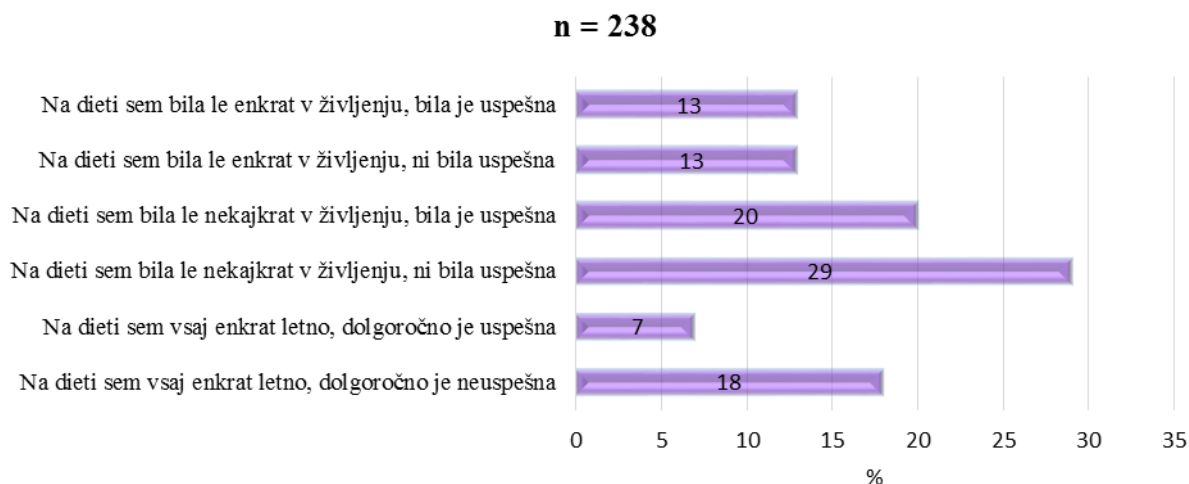
4. 7 Dieta z namenom približati telesni videz lepotnim standardom



Graf 7: Preizkus diete zaradi lepotnih standardov

Tortni graf prikazuje, da je 52 % študentk že preizkusilo dieto, da bi se s telesnim videzom približale lepotnim standardom in 48 % študentk, ki diete s tem namenom niso preizkusile.

4. 8 Število in uspešnost diet

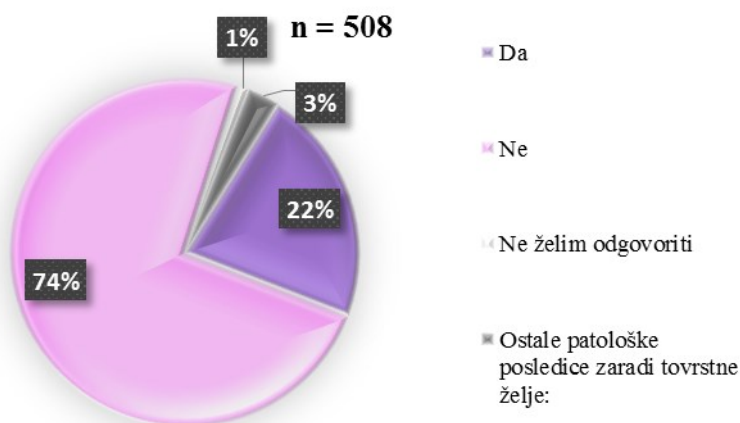


Graf 8: Število preizkusov in uspešnost diete

Tiste, ki so označile, da so na dieti, so odgovarjale tudi na vprašanje o številu in uspešnosti diet. 29 % študentk je odgovorilo “na dieti sem bila le nekajkrat v življenju, ni bila uspešna”, 20 % študentk “na dieti sem bila le nekajkrat v življenju, bila je uspešna” in 18 % študentk “na dieti sem vsaj enkrat letno, dolgoročno je neuspešna”. 13 % študentk je bilo na dieti le

enkrat v življenju, ki ni bila uspešna in prav tako 13 % študentk na dieti le enkrat v življenju, ki je bila uspešna. 7 % anketirank je vsaj enkrat letno na dieti, ki je dolgoročno uspešna.

4. 9 Motnje hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom



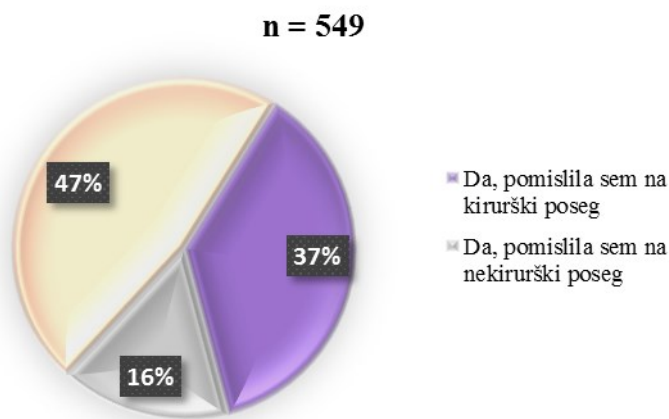
Graf 9: Motnja hranjenja zaradi lepotnih standardov

Z motnjo hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom se je spopadlo 22 % študentk. 74 % se jih ni spopadlo z motnjo hranjenja zaradi tovrstne želje. Možnost odgovora "ostale patološke posledice zaradi tovrstne želje" je označilo 3 % študentk (razvidno v Tabeli 3). 1 % študentk na vprašanje ni želelo odgovoriti.

Tabela 3: Ostale patološke posledice doseganja lepotnih standardov

Ostale patološke posledice zaradi tovrstne želje:
Slaba samopodoba je privedla do anksiozne motnje in depresije.
Borim se s tesnobo.
Velika čustvena nestabilnost.
Ni prišlo do diagnoze anoreksije, bilo pa je zelo blizu, saj so mi vsi govorili, da izgledam zelo utrujena (podočnjaki, "shirana", brezizrazna).
Manj sem jedla in nisem mogla jesti pred ljudmi.
Kronično vnetje želodčne sluznice.
Obsesivna kompulzivna motnja.
Kompulzivno prenažedanje, ortoreksija, kompulzivna rekreacija, depresija in izogibanje socialnim stikom.
Depresija.
Obsedenost z velikostjo (majhnostjo) obrokov, razočaranost sama nad sabo, če sem kakšen dan "pojedla preveč".
Težave v spolnih odnosih.

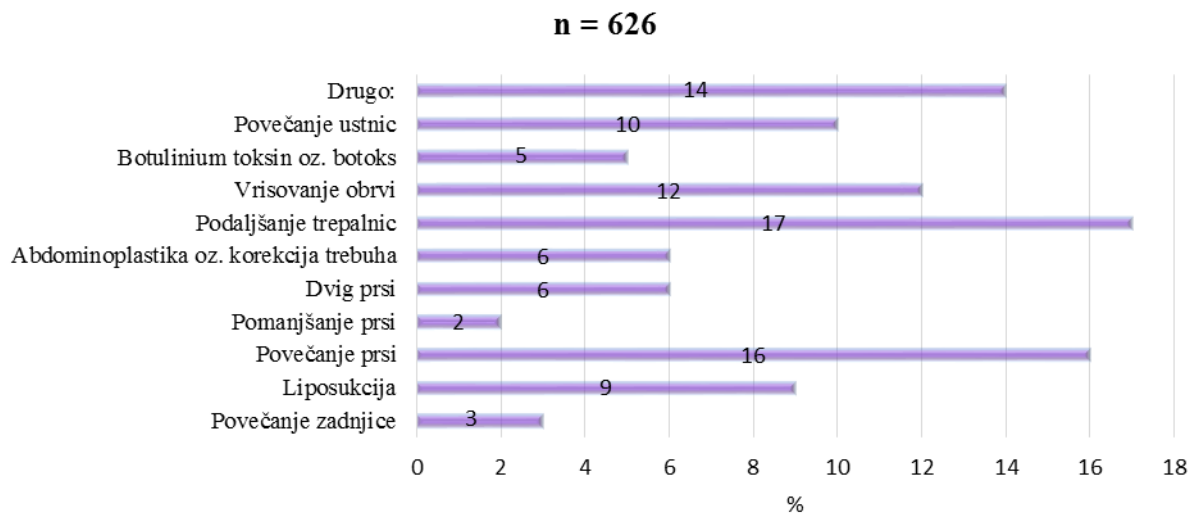
4. 10 Želja po kirurškem in/ali nekirurškem posegu za spremembo telesa



Graf 10: Misel na poseg zaradi lepotnih standardov

Najpogosteje so študentke pomislile zlasti, da bi naredile kirurški/nekirurški poseg, da bi se približale lepotnim standardom (53 %). Od tega je 37 % študentk pomislilo na kirurški poseg in 16 % študentk na nekirurški poseg. Tistih študentk, ki niso pomislile, da bi naredile kirurški/nekirurški poseg, da bi se približale lepotnim standardom, je 47 %.

4. 11 Tip posega



Graf 11: Tipi posegov

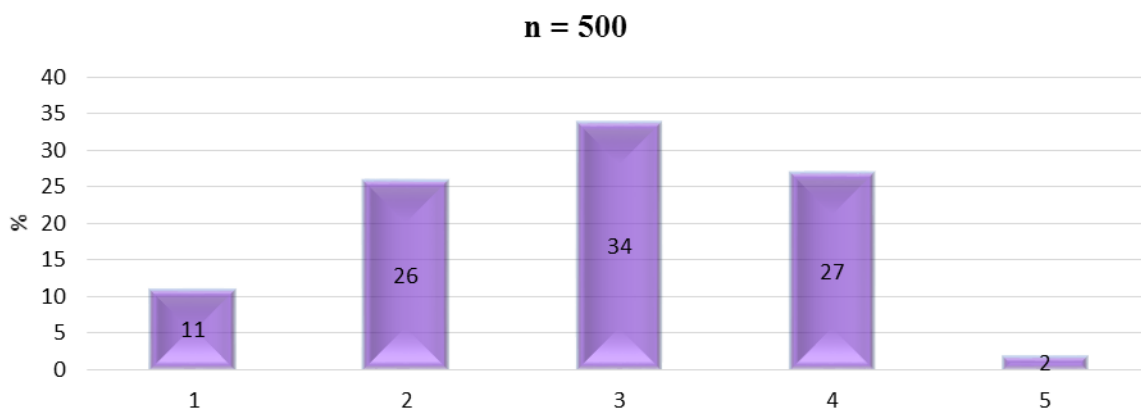
Anketiranke, ki so pri prejšnjem vprašanju označile, da pomislijo, da bi naredile poseg so odgovarjale na vprašanje o vrsti posega. Tu prevladuje podaljšanje trepalnic, na katero je pomislilo 17 % študentk. Z enim odstotkom manj je sledilo povečanje prsi. Kar 14 % študentk je napisalo druge tipe posegov pod rubriko “drugo”, kjer jih je 34 % pomislilo na operacijo nosu, 9 % na operacijo ušes, 7 % na operacijo brade, 5 % na genitalno operacijo in 5 % na

korekcijo zob. Vsak tip posega po 3 % so nizale trajno depilacijo, korekcijo čeljusti, odstranitev podočnjakov in korekcijo zgornjih vek. Ostalo so tipi posega z 2 % študentk (razvidno v Tabeli 4). 12 % študentk od celote je pomislilo na vrisovanje obrvi. 10 % anketirantk je pomislilo na povečanje ustnic, da bi se približale lepotnim standardom, en odstotek manj pa na liposukcijo. 6 % študentk je pomislilo na abdominoplastiko oz. korekcijo trebuha in prav tako 6 % na dvig prsi. Na botulinium toksin oz. botoks je pomislilo 5 % študentk in 3% na povečanje zadnjice.

Tabela 4: Drugi tipi posegov

Drugo:	%
Odstranjevanje dlak/zmanjšanje poraščenosti	2
Operacija nosu (rinoplastika)	34
Genitalna operacija	5
Trajna depilacija	3
Operacija ušes	9
Operacija brade	7
Labioplastika	2
Popravek asimetrije	2
Zmanjšanje strij	2
Korekcija deformacije palca (hallux valgus)	2
Korekcija čeljusti	3
Odstranitev kože	2
Operacija dlesni oz zgornje ustnice, saj nisem zadovoljna s svojim nasmehom - preveč vidnih dlesni	2
Odstranitev podočnjakov	3
“Lip fillers” oz. hialuronska kislina v ustnice	2
Korekcija zob	5
Beljenje zob	2
Odstranitev podbradka	2
Korekcija zgornjih vek	3
Operacija celotnega obraza	2
Laserska odstranitev pegic	2
Filerji v obraz	2
Odstranitev gubic	2

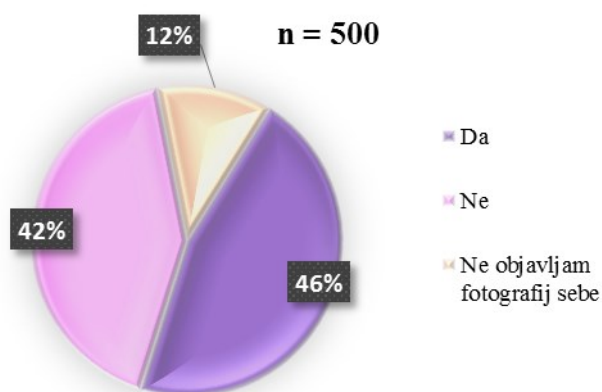
4. 12 Sledenje lepotnim standardom pri lepotičenju in oblačenju



Graf 12: Oziranje na trende lepotnih standardov

Raziskava razkriva, da se 34 % študentk niti redko niti pogosto ozira na sočasne trende lepotnih standardov pri lepotičenju in oblačenju. 27 % anketirank se pogosto ozira na sočasne trende lepotnih standardov pri lepotičenju in oblačenju samih sebe, en odstotek manj tistih študentk, ki se redko, 11 % študentk, ki se nikoli in 2 % študentk, ki se vedno.

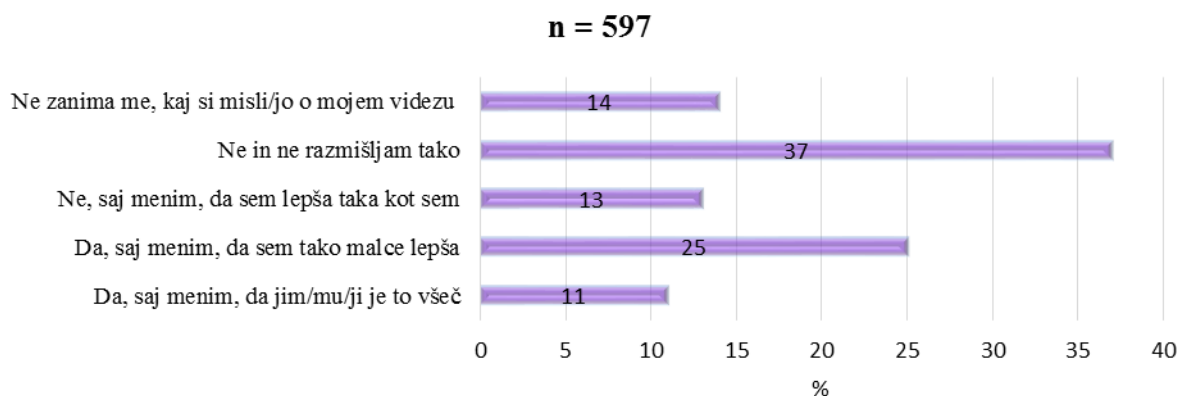
4. 13 Manipuliranje s fotografijami na družbenih omrežjih z namenom poudarjanja lepotnih standardov



Graf 13: Preurejanje fotografij zaradi lepotnih standardov

Rezultati so pokazali, da je skoraj polovica (46 % študentk) že preuredilo fotografije sebe (s programi kot so Facetune/Photoshop ali le funkcije na Instagramu/Snapchatu), da bi bile bolj podobne lepotnemu standardu, preden so jih objavile na socialna omrežja. 42 % študentk svojih fotografij ni preuredilo s tovrstnim namenom, 12 % študentk pa ne objavlja fotografij sebe.

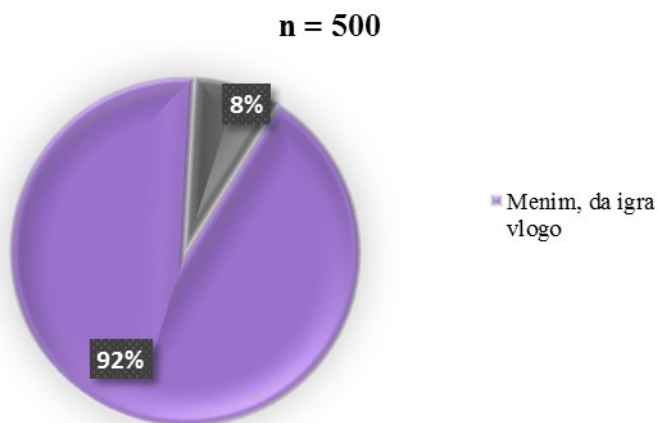
4. 14 Poudarjanje lepotnih standardov, da bi ugajali drugi osebi/osebam



Graf 14: Upodabljanje lepotnih standardov

Najpogosteje so študentke odgovorile z “ne in ne razmišljam tako” (37 %) na to, če so kdaj namenoma upodabljale (v živo ali le na fotografiji) kakšnega od lepotnih standardov, da bi bile bolj všeč osebi/osebam spola, ki jih privlači. 36 % študentk je odgovorilo, da so namenoma uporabljale kakšnega od lepotnih standardov s tovrstnim namenom, kjer je 25 % študentk odgovorilo “da, saj menim, da sem tako malce lepša” in 11 % “da, saj menim, da jim/mu/ji je to všeč”. Še malo pred tem odstotkom 14 % študentk ne zanima, kaj si misli/jo o njihovem videzu in 13 % takih, ki so odgovorile “ne, saj menim, da sem lepša taka, kot sem”.

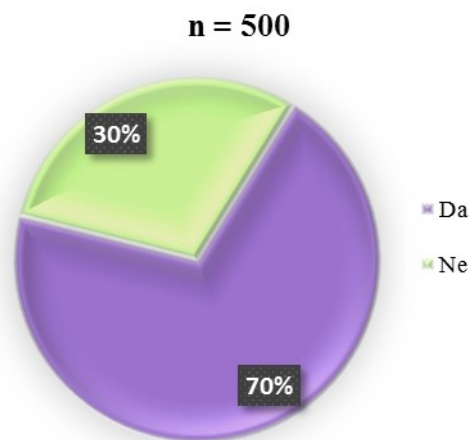
4. 15 Pomen Instagrama pri oblikovanju samopodobe



Graf 15: Vloga uporabe Instagrama na samopodobo

Kar 92 % študentk meni, da Instagram igra vlogo pri oblikovanju samopodobe, 8 % študentk pa meni, da Instagram ne igra vloge pri oblikovanju samopodobe.

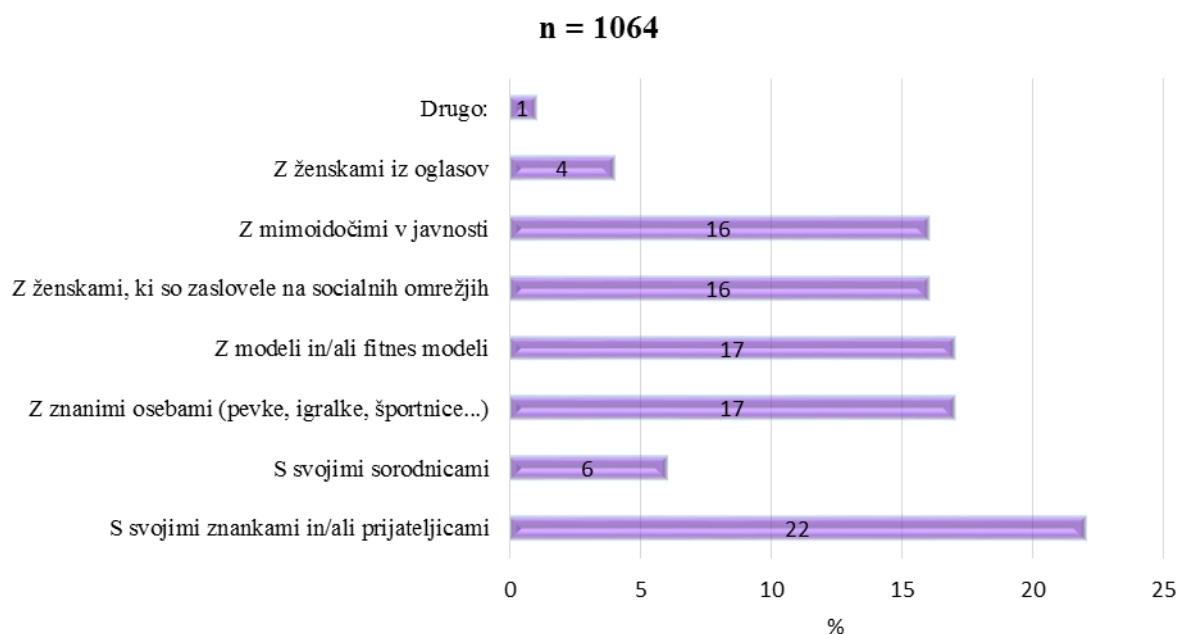
4. 16 Primerjanje svojega videza z ženskami, ki ustrezajo lepotnim standardom



Graf 16: Primerjanje videza z lepotnimi standardi

Raziskava je razkrila, da se 70 % študentk znajde v situaciji, da svoj videz večkrat primerjajo z drugimi ženskami, ki upodabljajo kakšnega od lepotnih standardov. Tistih študentk, ki se ne znajdejo v le-tej situaciji, pa je 30 %.

4. 17 Viri primerjanja



Graf 17: Primerjanje videza

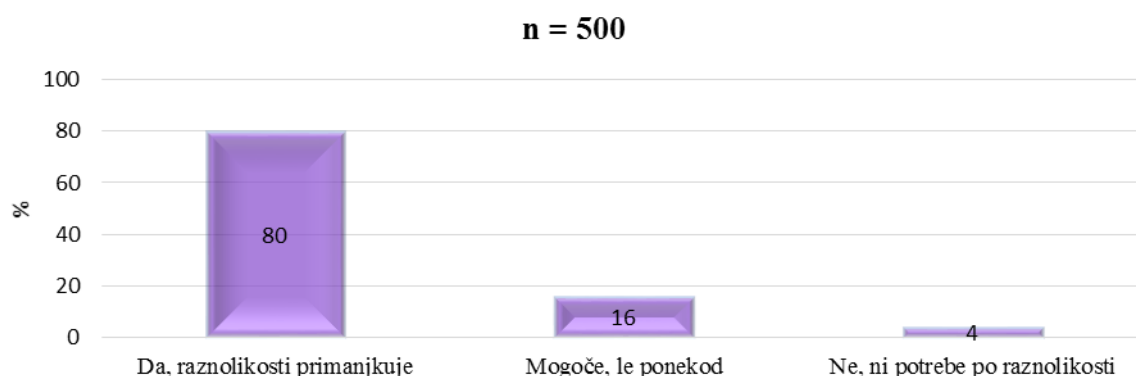
V vprašanju v raziskavi, ki se navezuje na prejšnje, se najpogosteje – 22 % študentk primerja s svojimi znankami in/ali prijateljicami. Sledi primerjanje z modeli in/ali fitnes modeli s 17 %

in primerjanje z znanimi osebami (pevke, igralkе, športnice ...) tudi s 17 %. Študentke se primerjajo z ženskami, ki so zaslovele na socialnih omrežjih (16 %) in z mimoidočimi v javnosti (16 %). Najmanj se primerjajo s svojimi sorodnicami, kar tvori 6 % študentk in 4 % z ženskami iz oglasov. 1 % anketirank je odgovorilo z “drugo” (razvidno v Tabeli 5).

Tabela 5: Druge primerjave videza

Drugo:
Primerjam se z žensko, pri kateri opazim, da je lepa in opazim detalje, ki mi to sporočajo.
Primerjam se z ženskami, ki jih mimogrede opazim na socialnih omrežjih, zlasti na Instagramu.
Na srečo sem po vztrajnem delu na sebi prišla do ugotovitve in odločitve, da se imam rada takšno, kot sem in se z videzom ne ukvarjam preveč. Sprejela sem sebe in svoje napake in tako se imam rada.
S potnicami na avtobusu.
Primerjam se z vsemi, vedno oz. zelo pogosto.

4. 18 Raznolikost oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde



Graf 18: Raznolikost oblik teles

Na zadnjem vprašanju je kar 80 % študentk trdilo, da si želi videti več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde, saj raznolikosti primanjkuje. 16 % anketirank je odgovorilo z “mogoče, le ponekod” in 4 % z “ne, ni potrebe po raznolikosti”.

4. 19 Preverjanje hipotez

- ✚ Prvo hipotezo, da polovica študentk meni, da so lepotni standardi kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti, lahko ovržem. Raziskava je pokazala, da se je 39 % študentk strinjalo s to definicijo.
- ✚ Potrdila sem drugo hipotezo, da 75 % študentk meni, da lepotni standardi pri videzu žensk ne morajo biti pomembni.
- ✚ 21 % študentk je niti nezadovoljnih niti zadovoljnih s svojim videzom. Tu ovržem tretjo hipotezo, da je vsaj 50 % študentk niti nezadovoljnih niti zadovoljnih s svojim videzom.
- ✚ Potrdila sem četrto hipotezo, ki se glasi: Da bi se s telesnim videzom približale lepotnim standardom, manj kot polovica študentk vsaj enkrat letno preizkusi dieto, ki je dolgoročno neuspešna. Takih študentk je 18 %.
- ✚ Ovržem peto hipotezo, da se je manj kot 15 % študentk spopadlo z motnjo hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom, saj rezultati kažejo več: 22 %.
- ✚ 37 % študentk je pomislilo na kirurški poseg, da bi se približale lepotnim standardom, zaradi česar ovržem šesto hipotezo, da je takih študentk bilo 10 %.
- ✚ 46 % študentk je že preuredilo fotografije sebe (s programi kot so Facetune/Photoshop ali le funkcije na Instagramu/Snapchatu), da bi bile bolj podobne lepotnemu standardu, preden so jih objavile na socialna omrežja. Ovržem sedmo hipotezo, da je takih 50 % študentk, vendar se je odstotek le-teh iz raziskave zelo približal mojemu predvidevanju
- ✚ Kar 92 % študentk meni, da Instagram igra vlogo pri oblikovanju samopodobe, zato ovržem zadnjo hipotezo, da tega ne meni 90 % študentk.

5 RAZPRAVA

Lepotni standardi ženskam narekujejo, kakšne naj ali morajo izgledati. Ženske tako lahko postanejo zaskrbljene zaradi sporočil, ki kažejo, da so pretanke ali ne dovolj suhe. Ženske vseh telesnih oblik dobijo kritiko, da ne dosegajo tistega “ravno pravšnjega” standarda lepote (Markey in Sousa, 2019). Ravno zato sem se odločila obravnavati le študentke, teh pa je bilo 500. Da bi imela konkretnjši pregled študentk, ki so sodelovale v anketiranju, sem jih razvrstila po letnikih in stopnjah študija. Opazimo lahko, da so študentke letnikov prve in druge stopnje tvorile večino, najmanj respondentk pa sem dobila s tretje stopnje študija.

V nadaljevanju bom razpravo strukturirala po šestih raziskovalnih vprašanjih. Raziskovalna vprašanja so naslednja: kako študentke definirajo lepotne standarde; ali študentke menijo, da morajo biti lepotni standardi pri videzu žensk pomembni; v kolikšni meri so študentke zadovoljne s svojim videzom; ali študentke menijo, da vsakodnevna uporaba Instagrama igra vlogo pri oblikovanju samopodobe; ali študentke želijo videti več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde; in kakšna so ravnanja študentk v Sloveniji starih od 18 do 29 let, v povezavi z lepotnimi standardi.

5.1 Definiranje lepotnih standardov

Zanimalo me je, kako študentke definirajo lepotne standarde. Opazimo lahko, da so se manj strinjale s konkretnim opisom videza ženskih univerzalnih lepotnih standardov kot s splošnimi definicijami, ki problematizirajo lepotne standarde. Ob slikah idealne lepote, ki nas vsakodnevno bombardira, je enostavno pozabiti, da so lepotni standardi poljubni in se zelo razlikujejo tako od ene kulture do druge kot tudi skozi čas. Vsak lepoto drugače zaznava (Drglin idr., 2002). Raziskava je pokazala, da so se študentke najbolj strinjale z dvema definicijama in sicer: 39 % se jih je strinjalo z definicijo “Lepotni standardi so kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti”, 38 % pa se jih je strinjalo z definicijo “Lepotni standardi so preusmerjevalci družbene zavesti z ženskih kompetenc na zunanost videza, hkrati spodkopavajo žensko samozavest, razblinijo njihove čustvene in ekonomske vire ter jih postavijo v ospredje kot spolne objekte”. Z 19 % so se študentke strinjale z definicijo “Lepotni standardi so sodobne lepote z gladko kožo, simetričnim obrazom, prijetnim pogledom, lepo oblikovanimi trepalnicami in obrvmi, polnimi ustnicami in lepimi

lasmi, oblekami v trendu in urejenimi nohti ter s poudarjenimi oblinami na sicer vitkih čvrstih telesih, ki imajo figuro “peščene ure” torej ozek pas, rahlo širše boke, sorazmerno veliko čvrsto zadnjico, polne pokončne prsi, itd.”. To, da vsi lepoto zaznavamo drugače in imamo zaradi vsiljenih lepotnih standardov popačeno zaznavanje telesne pojavnosti, so potrdile študentke z opisi svojih definicij lepotnih standardov, ki so jih navajale pri odprtih vprašanjih. Nekatere študentke so izrazile nemoč pri nadzoru nad sledenjem standardov (“Lepotni standardi nekako zahtevajo, da se “moram” strinjati z vsem, kar predstavljajo”) ali pa izražajo zavedanje o tem, kako delujejo, pa mu vseeno sledijo, se mu do določene mere prilagodijo, da ne izstopajo iz množice (“Zavedam se, da je lepota družbeno konstruiran pojem [...], saj je predstavljena kot lepotni standard in mu vsi po malem sledimo”). Anketiranke menijo, da to služi predvsem moškim, ki jim ženske želijo ugajati. Več kot polovica mladih žensk (59 %) pa se strinja, da moški bolj cenijo fizično privlačne ženske (Etcoff, Orbach, Scott in D’Agostino, 2004). Tudi Thomsen (2002) navaja, da so ženske prepričane o moških pričakovanjih in preferencah do ženske vitkosti. Predvsem mlade ženske doživijo pritisk v patriarhalnem svetu, v katerem se morajo obnašati “po žensko” (tj. z izogibanjem konfliktom, zatiranjem jeze, usklajevanjem s prevladujočo vitko podobo lepote in privlačnosti ...) (Tolman, idr., 2006).

Velika večina tistih študentk, ki so napisale lastni komentar, je bila kritična do standardov in do uporabe ličil. Glede ličenja pa študentke v študiji Huguet, Croizet in Richetin (2004) pravijo, da nosijo ličila, da so videti bolj privlačne in osebno zaželene. Korichi, Pelle-De-Queral D in Gazano (2008) pa trdijo, da ličila delujejo kot “kamuflača” za ženske, ki so pogosto tesnobne in nestabilne. Da so lepotni standardi nek način kamuflaže, menijo tudi anketiranke. Menijo, da prikrivajo naravne značilnosti telesa. Lahko opazimo, da je ogled naravne realne slike ženske v raziskavi Tiggermann (2019) povzročil manjše nezadovoljstvo med mladimi ženskami glede svojega videza v primerjavi z idealno sliko.

Kar nekaj anketirank je navajalo, da so lepotni standardi odraz kapitalizma in jih spodbujajo kot tržno blago (“Lepotni standardi so tržni trend, za katerim se obrača veliko denarja”). “Samo kupuj izdelke, maži in lepotiči se itd.”. “Večina mladih pa denarja za to nima, kar je zgrešena logika družbe”). Največ anketirank pa meni, da je lepota povezana z osebnostjo in prihaja “od znotraj”. Da je povezana z udobjem v lastnem telesu, sprejemanjem sebe (“Ženska je lepa, kadar se tako počuti od znotraj – v svoji koži, za to pa ne potrebuje niti kančka ličil ali drugih lepotnih procedur”). Featherstone (2010) prav tako trdi, da notranji

značaj oz. osebnost zares zasije skozi zunanjo podobo. Ženska mora pri tem verjeti v svojo že prisotno lepoto. Ekvadorske študentke menijo podobno, da je privlačnost dosežena skozi "osredotočanje na svoje dobre lastnosti". Udeleženke raziskave so na vprašanja, da opišejo lepo žensko, nizale nefizične pridevnike, kot so "prizemljena", "poštena", "spoštljiva" in "prijazna" (De Casanova, 2004). V raziskavi, ki so jo opravili Etcoff, Orbach, Scott in D'Agostino (2004) mlade ženske primerljivo trdijo: "Vsaka ženska ima na sebi nekaj, kar je lepo" (85 %); in "Lepoto je mogoče doseči s stališčem, duhom in drugimi lastnostmi, ki s fizičnim videzom nimajo povezave" (76 %).

Pomembna je samozavest in zadovoljstvo s sabo. Po Kuhar (2004) smo izvedeli, da pozitivna samopodoba dviguje samozavest, negativna pa jo znižuje. Lepotni standardi v splošnem spodkopavajo žensko samozavest, toda študentka definira takšne lepotne standarde, ki spodbujajo samozavest in zadovoljstvo ženske. Zato je lepota subjektivna, mnogoteri in jo vsaka ženska definira zase. Nekatere anketiranke opozarjajo, da ima sledenje lepotnim standardom tudi globlje posledice, kot so težave v duševnem zdravju ("Včasih lahko sprožijo negativna čustva zlasti strah in potem depresijo, lahko pa si jih po svoje razlagamo in s samozavestjo postanemo zadovoljne same s sabo"). Lepotni standardi spodbujajo ženske, da same sebe pojmujejo kot predmete ogleda. Študija Muehlenkamp in Saris-Baglami (2002), opravljena na vzorcu študentk, je dokumentirala in potrdila povezavo med le-to objektivizacijo telesa in depresijo.

Po pregledu mnenja nekaterih študentk o lepotnih standardih lahko opazimo raznolikost razumevanja in zaznavanja lepotnih standardov. "Človekovo zaznavanje je vzajemen interaktiven proces med okoljem in posameznikovimi stalno korigiranimi razlikovanji, interpretacijami, konstrukcijami, opisi, modeli ... sveta" (Šugman Bohinc, 1997, str. 297) – torej tudi lepote.

5. 2 Pomen lepotnih standardov pri videzu žensk

Pri postavljanju naslednjih vprašanj sem upoštevala predvsem univerzalne lepotne standarde iz ameriške oz. zahodne kulture. Postavila sem si naslednje raziskovalno vprašanje: Ali študentke menijo, da morajo biti lepotni standardi pri videzu žensk pomembni? 75 % študentk meni, da lepotni standardi pri videzu žensk ne morajo biti pomembni. Obratno 25 % študentk

meni, da morajo biti lepotni standardi pri videzu žensk pomembni. Ženska postane estetski spol, ki se ga gleda, obožuje, ljubi, želi, avtorica torej po raziskavi sklepa, da tudi ženske naprej konstruirajo lepotne standarde (Prijon, 2008). Toda po moji raziskavi sodeč, tri četrtine študentk meni, da standardi ne bi smeli biti tako pomembni, kot so.

5. 3 Mera zadovoljstva z lastnim videzom

Zanimalo me je, v kolikšni meri so študentke zadovoljne s svojim videzom. Rezultati so pokazali, da je 47 % anketiranih študentk še kar zadovoljnih s svojim videzom. Torej skoraj polovica študentk ni povsem zadovoljnih s svojim videzom, kar pojasnjuje nadaljnje želje po spreminjanju telesa. Sledile so študentke, ki niso niti nezadovoljne niti zadovoljne s svojim videzom (21 % študentk). Kar 16 % študentk je bolj nezadovoljnih kot zadovoljnih s svojim videzom, 13 % študentk pa je zadovoljnih s svojim videzom. Nazadnje 3 % študentk ni zadovoljnih s svojim videzom. Pomembno je, da je le 13 % žensk zadovoljnih s svojim videzom in 87 % takih, ki ne morejo reči, da so s svojim telesom samo zadovoljne. Raziskava podobno kaže, da 90 % mladih žensk pravi, da so nezadovoljne s svojim telesom (RSPH, 2017) in analiza v raziskavi, ki so jo opravili Etcoff, Orbach, Scott in D'Agostino, (2004) razkriva, da se je le 4% žensk od 18 do 29 let identificiralo z "lepa".

5. 4 Pomen Instagrama pri oblikovanju samopodobe

Naslednje raziskovalno vprašanje se je glasilo: Ali študentke menijo, da vsakodnevna uporaba Instagrama igra vlogo pri oblikovanju samopodobe? Rezultat raziskave je, da kar 92 % študentk meni, da Instagram igra vlogo pri oblikovanju samopodobe. Avtorica študije Wagstaff (2018) pravi, da Instagram – bolj kot katera koli druga platforma – zmede naš radar za socialno primerjavo. Nenehno poskušamo ugotoviti, ali smo bolj ali manj privlačni kot vsi drugi. Ljudje na Instagramu objavljajo samo svoje najboljše slike z uporabo preurejanja oz. filtrov, zaradi katerih so videti lepši. Imamo lažen občutek, kaj je "povprečje", zaradi česar se sami počutimo slabše. Tiggermann in Zaccardo (2018) prav tako pravita, da se na socialnih omrežjih danes najbolj pogosto pojavljajo fitnes modeli in laične športnice. Študija nabora 600 slik je bila kodirana za tip telesa, aktivnost, objektivizacijo in besedne elemente. Rezultati so pokazali, da je večina slik žensk vsebovala samo en tip telesa: tanko in čvrsto. Čeprav so slike natreniranih žensk ljudem morda navdihujoče, vsebujejo tudi goloto in številne

elemente, ki bi lahko negativno vplivali na telesno samopodobo mladih žensk, ki na Instagramu in ostalih socialnih omrežjih opazujejo te slike.

5. 5 Raznolikost oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde

Vprašala sem se, ali študentke želijo videti več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde? 80 % študentk je trdilo, da si tovrstne raznolikosti želijo, saj je primanjkuje. Podobno kot v moji raziskavi 75 % mladih žensk, v študiji, ki so jo opravili Etcoff, Orbach, Scott in D'Agostino (2004), želi videti veliko večjo raznolikost v slikah, kjer so ženske prikazane kot lepe. Želijo si videti ženske različnih oblik, velikosti in širšega razpona starosti.

5. 6 Ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi

19 % študentk se ob opazki ženske, ki ustreza lepotnim standardom počuti očarano, saj ima čudovite obline. Že Darwin sam pravi, da če bi vse ženske upodabljale lepotne standarde (kar je seveda nemogoče), bi nekaj časa bili očarani, vendar bi si kmalu zaželeli raznolikost in takoj, ko bi dobili le-to, bi si zopet želeli videti določene značilnosti pri ženskah nekoliko poudarjene, čez mejo obstoječega standarda. Doseganje lepotnih standardov postane začaran krog (Etcoff, Orbach, Scott in D'Agostino, 2004). Tako posegi v žensko telo temeljijo na popularizaciji lepotnega standarda znotraj potrošniške kulture z očaranostjo nad zvezdicami, označenimi kot zahodni "hollywoodski ideal" (Featherstone, 2010). 14 % je takih študentk, ki se počutijo žalostne in/ali manjvredne. Takoj zatem s 13 % se študentke počutijo ljubosumne, saj ji zavidajo. 11 % študentk se obtožuje, ker ji ne morejo biti podobne. Problematično je, da pri študentkah zaradi opažanja lepotnih standardov prihaja do občutkov žalosti, manjvrednosti, ljubosumja, zavidanja in obtoževanja samih sebe. Rezultati Yu (2014) sorodno kažejo, da so študentke, izpostavljene idealiziranim slikam tankega modela, tudi tu pokazale večje nezadovoljstvo glede svojega telesa kot tiste, ki so bile izpostavljene neidealiziranim vzorčnim slikam.

Ob misli na telovadbo, se spomnimo zdravega načina življenja, vendar pri ženskah ni enostavno razlikovati med vadbo za doseganje fizičnega zdravja in dobrega počutja ter vadbo, ki je namenjena oblikovanju idealnega videza (Kuhar, 2004). Z raziskavo sem ugotovila, da je

tako 80 % študentk že kdaj telovadilo z namenom, da bi se s telesnim videzom približale lepotnim standardom, kar je velika večina.

V raziskavi Buchanan in Sheffield (2017) so se ženske na dieti opisovale kot “disciplinirane” in “odločne”, ko pa se diete niso rezultirale, so se opisovale negativno tj. “šibka sem”, “nimam volje”, “neuspešna sem”. Videti je, da dieta vpliva na samopodobo. Poglavitni so podatki moje raziskave, ki pravijo, da je 52 % študentk že preizkusilo dieto, da bi se s telesnim videzom približale lepotnim standardom. Ženske dieto razumejo kot zavestno in načrtovano omejitev vnosa kalorij, da bi tako zmanjšale telesno težo oz. shujšale. Ženske pojejo manjše porcije, saj jih skrbi, da se bodo zredile. Poudariti velja, da večina žensk nikoli ne zaužije toliko hrane, kot si želi (Kuhar, 2004). To je pokazala tudi moja raziskava.

29 % študentk je odgovorilo “na dieti sem bila le nekajkrat v življenju, ni bila uspešna”, 20 % študentk “na dieti sem bila le nekajkrat v življenju, bila je uspešna” in 18 % študentk “na dieti sem vsaj enkrat letno, dolgoročno je neuspešna”. V raziskavi z bolj splošnim vprašanjem je kar 95 % mladih žensk, ki so preizkusile dieto in niso vzdržale do doseženga cilja (Rhode, 2010). 13 % študentk je bilo na dieti le enkrat v življenju, ki ni bila uspešna in prav tako 13 % študentk na dieti le enkrat v življenju, ki je bila uspešna. Najmanj anketirank je vsaj enkrat letno na dieti, ki je dolgoročno uspešna (7 % študentk). Iz rezultatov opazimo, da se projekti lahko tudi ponavljajo in zavlečejo, saj ambicija popolnosti ženske pogosto vodi do pomanjkljive prehrane in pretiranih diet. Tudi v bližnji zgodovini je vitka in čvrsta postava postala lepotni standard ženske. Oblikovalci so začeli izdelovati oblačila, ki so razkrivala kožo, to pa je tudi tedaj rezultiralo v množične diete (Fashion Institute of Technology, 2018).

22 % študentk se je spopadlo z motnjo hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom. Ker je odstotek večji, kot sem predvidela, je problematika pomembno prisotna. Renner (1998, str. 55) pravi: “Sociološki vidiki motenj hranjenja se kažejo kot družbena manipulacija ženskih teles, kot ena osrednjih strategij razkazovanja družbenih razmerij in moči med spoloma. Zapoved primerne (vitke) podobe je postala ena temeljnih vrednot naše družbe. Za to zapovedjo stoji fenomen diktature vitkosti, okrog katerega se nezavedno odvijajo naša življenja”. Pod “ostale patološke posledice zaradi tovrstne želje” so študentke izpostavile, da slaba samopodoba privede do anksiozne motnje in depresije. Reilly in Rudd (2009) opozorita na problem socialne anksioznosti, ki se pojavi ob strahu, da bodo mlade ženske naredile neugoden vtis na druge. Eden od načinov, da se lahko temu izognejo, je

ustvariti ugoden vtis z lepim videzom, po lepotnih standardih družbe. Študija naprej kaže, da prizori lepotnih standardov povzročijo socialno anksioznost, kar nato vodi v spreminjanje videza. Slaba samopodoba lahko povzroča tudi tesnobo in čustveno nestabilnost. Za strokovne delavce je pomembno, da poskusijo ugotoviti, kako so se lepotni standardi razvili. Razmisliti morajo tudi, zakaj ženske uživajo (hkrati z velikimi odmerki tesnobe in zgražanja) v trudu za popolnim telesom (Adelman in Ruggi, 2008).

Forbes in drugi (2007) potrjujejo, da lepotni standardi razblinijo čustvene vire žensk in jih postavijo v ospredje kot spolne objekte. Anketiranke so navajale, da so po dietah izgledale utrujene, "shirane", brezizrazne, da so bile razočarane nad sabo, če so jedle. Tiste, ki so se soočale s kompulzivnim prenašanjem, so imele hude občutke krivde. Kompulzivno prenašanje je tudi vrsta motnje hranjenja, ki označuje prisilno pretirano konzumiranje količin hrane, ki so objektivno ali subjektivno prevelike, čemur sledijo občutki krivde (Pandel Mikuš, 2003).

Spopadale so se tudi z depresijo. Nolen-Hoeksema in Girgus (1994) pravita, da je objektivizacija telesa nevarnost za nastanek depresije in ostalih motenj duševnega zdravja, zlasti motenj hranjenja, ker mlade ženske verjamejo, da je v skladu s pričakovanji "privlačnost kot tankost" način, kako pridobiti spoštovanje in postati uspešna. Anketiranke so navajale tudi, da niso mogle jesti pred drugimi ljudmi, imele so kronično vnetje želodčne sluznice in druge telesne težave. Izgubile so željo po spolnosti. Želja po doseganju lepotnih standardov lahko zamaje telesno samopodobo med spolnimi odnosi. Telo ima namreč pomemben odnos do samoobravnavanja in spolnosti (Cash in Henry, 1995).

Presenetljivo visok odstotek je anketirank, ki si želijo svoj videz spremeniti s kirurškim/nekirurškim posegom, da bi se približale lepotnim standardom (53 %). Od tega je 37 % študentk pomislilo na kirurški poseg, 16 % študentk pa je pomislilo zlasti na nekirurški poseg. Tistih študentk, ki niso pomislile, da bi naredile kirurški/nekirurški poseg z namenom približanja lepotnim standardom, je 47 %. Zhang (2012) piše, da so kitajske študentke v raziskavi domnevno podprle lepotni kirurški/nekirurški poseg kot legitimno sredstvo za izboljšanje samozavesti in konkurenčnosti na trgu dela. Obratno pa med slovenskimi študentkami iz moje raziskave nobena ni izrazila želje, da bi se sama podvrgla kozmetičnim operacijam. Njihovi osebni ugovori pa so se nanašali predvsem na varnost in stranske učinke kirurgije, pa tudi na spoštovanje do njihovih staršev.

Označevale so predvsem naslednje vrste posegov. Prevladujoči tip posega je podaljšanje trepalnic, na katero je pomislilo 17 % študentk. To nam pojasnjuje to, da sedaj vlada novejši trend umetno poudarjenih trepalnic. Za lepo ustvarjen videz veljajo elegantne polne trepalnice, ki jih maskara danes ne more doseči sama. Potreben je nekirurški poseg (Adam, 2020). Henriques (2018) doda, da ženske danes v pojmovanje lepotnega standarda prav tako vključijo lepo oblikovane trepalnice. Lepotni standard je vitko žensko telo, medtem ko je maščoba ironično dopuščena na prsih, kakopak (Rener, 1990). Prsi pa so vseh oblik in velikosti, saj ženske podedujejo različne lastnosti, tako da si le-te maščobe itn. ne morejo pričarati – 16 % študentk iz moje raziskave si zato želi kirurški poseg povečanja prsi. Prsi so od vedno nekje na vrhu lestvic lepotnih kirurških posegov. Seksualizacija in objektivizacija prsi namreč vodi v nezadovoljstvo z velikostjo le-teh, kar lahko prispeva k anksioznosti glede izgleda in želje po povečanju prsi (Forbes idr., 2007). V raziskavi, kjer je sodelovalo 107 britanskih študentk, je približno tri četrtine žensk poročalo o nezadovoljstvu z veličino prsi, večina si je želela večje (Swami, idr., 2015). Prav tako je s fokusno skupino študentk raziskava Goodman in Walsh-Childers (2004) odkrila, da študentke doživljajo frustracijo do žensk, ki imajo popolne prsi, a hkrati želijo izgledati podobno. Pogosto so se počutile negativno glede svoje velikosti prsi ali verjele, da bi njihove prsi lahko bile večje.

Kar 14 % študentk je napisalo druge tipe posegov pod rubriko “drugo”, kjer jih je največ pomislilo na operacijo nosu. Naštevale so tudi odstranjevanje dlak/zmanjšanje poraščenosti, kjer Kuhar (2004) pravi, da od dvajsetih let 20. stoletja poraščenost postane nasprotje lepotnega standarda. Od takrat naprej je lepotni standard vitko žensko telo brez dlak (Rener, 1990). Sledijo še popravki drugih delov telesa, kot so ušesa, podbradek, čeljusti, sledi odstranitev strij, kože, podočnjakov, zgornjih vek in še drugih delov telesa. Med navedenimi je še operacija genitalij in odstranitev gub, ki jih kozmetična industrija sicer propagira v starosti kot odstranitev starostnih sprememb. To pokaže, da se starostna meja želje po popravkih zelo niža.

Naprej je 12 % študentk od celote pomislilo na vrisovanje obrvi, vemo pa, da so umetno poudarjene obrvi novejši trend. Le-ta postavlja elegantne polne obrvi kot lepotni standard, zaradi česar so iskane za nekirurški lepotni poseg (Adam, 2020). 10 % anketirantk je pomislilo na povečanje ustnic, da bi se približale lepotnim standardom, en odstotek manj pa na liposukcijo. 6 % študentk je pomislilo na abdominoplastiko oz. korekcijo trebuha in prav tako 6 % na dvig prsi. Na botulinium toksin oz. botoks je pomislilo 5 % študentk in na

povečanje zadnjice 3 %. V Sloveniji torej ne prevladuje botoks med študentkami, kar je v nasprotju s teorijo o desetih državah s celega sveta. Tam je pri mladih ženskah bil botoks leta 2018 najpogostejši od vseh posegov (International Society of Aesthetic Plastic Surgery, 2018). Problem z botoksom je, da onemogoča obrazne izraze in tako omejuje sposobnost čustvovanja, čemur se ženske odpovejo v zameno za željeni popularen zategnjen obraz (Featherstone, 2010). Želje po spreminjanju videza s kirurškimi in nekirurškimi posegi navezujem na že omenjeno mero zadovoljstva z videzom študentk v raziskavi, kjer jih 87 % ne more reči, da so samo zadovoljne s svojim videzom.

Zanimalo me je oziranje študentk na sočasne trende lepotnih standardov. Raziskava razkriva, da se 34 % študentk niti redko niti pogosto ozira na sočasne trende lepotnih standardov pri lepotičenju in oblačenju samih sebe. 27 % anketirank se pogosto ozira na sočasne trende lepotnih standardov pri lepotičenju in oblačenju samih sebe, en odstotek manj je tistih študentk, ki se redko, 11 % študentk, ki se nikoli in 2 % študentk, ki se vedno. Iz rezultatov sodeč se večina študentk ozira po lepotnih standardih in ravnajo v skladu z njimi. Pomembno so v kampanji Dove na koncu enega izmed oglasov poskusa lepotičenja za doseg lepotnih standardov opozorili: “Pogovorite se s svojo hčerko, preden se z njo pogovori lepotna industrija” (Nelson, 2013).

Dalje me je zanimalo, koliko študentk je že preuredilo fotografije sebe zaradi lepotnih standardov. Rezultati so pokazali, da je skoraj polovica (46 % študentk) že preuredila fotografije sebe (s programi kot so Facetune/Photoshop ali le funkcije na Instagramu/Snapchatu), da bi bile bolj podobne lepotnemu standardu, preden so jih objavile na socialna omrežja. Živimo v dobi manipuliranih slik in vedno spreminjajočih se lepotnih standardov. S širjenjem tehnologije urejanja fotografij prek aplikacij, kot sta Snapchat in Instagram, je stopnja fizične “popolnosti” zdaj na vseh medijih. Salomon (2017) pravi, da na socialnih omrežjih celo vrstniki lahko manipulirajo s fotografijami. Omenjen novejši program Facetune na telefonu lahko zgladi kožo, zoža obraz, poveča karkoli, zobje postanejo bolj beli, oči in ustnice večje in še mnogo več. Hitro delimo na Instagramu, všečki in komentarji pa se začnejo vrstiti. Urejanje slik je postalo “pravilo”, ki spreminja pogled na lepoto širom sveta (Rajanala, idr., 2018). Kadar programi preurejanja niso dovolj, se problematika stopnjuje tudi tako, da 55 % plastičnih kirurgov poroča o mladih ženskah, ki želijo izboljšati svoj videz zaradi slik sebe – selfijev. Pojavil se je nov pojav, imenovan po aplikaciji “Snapchat

dismorfija'', kjer pacienti iščejo operacijo, da bi jim ustvarili videz programsko predelane različice sebe (Rajanala, idr., 2018).

Najpogosteje so študentke na to, če so kdaj namenoma upodabljale (v živo ali le na fotografiji) kakšnega od lepotnih standardov, da bi bile bolj všeč osebi/osebam spola, ki jih privlači, odgovorile z ''ne in ne razmišljam tako'' (37 %). 36 % študentk je odgovorilo, da so namenoma uporabljale kakšnega od lepotnih standardov s tovrstnim namenom, kjer je 25 % študentk odgovorilo ''da, saj menim, da sem tako malce lepša'' in 11 % ''da, saj menim, da jim/mu/ji je to všeč''. Še malo pred tem 14 % študentk ne zanima, kaj si misli/jo o njihovem videzu, 13 % pa je takih, ki so odgovorile ''ne, saj menim, da sem lepša taka, kot sem''. V raziskavi Engeln-Maddox (2006) so si študentke zamislile, kako bi bilo, če bi ustrezale univerzalnim lepotnim standardom. Nizale so prednosti, kot so sreča, boljša družbena kompetenca, uspeh in prilagodljivost. Niso torej omenjale tega, da bi jim to pomagalo pri simpatiziranju s strani spola, ki jih privlači, kar lahko pojasni tudi 37 % študentk iz moje raziskave, ki ne razmišljajo tako. Goodman in Walsh-Childers (2004) pa sta odkrila, da so študentke svoja telesa pogosto primerjale z medijskimi modeli, ki upodabljajo lepotne standarde. Njihova želja je izhajala iz dveh glavnih virov – mediji in moški, za slednje so verjele, da so pod velikim vplivom medijev. Podobno navaja Thomsen (2002), da so ženske prepričane o moških pričakovanjih in preferencah do ženske vitkosti, kar v moji raziskavi pojasni 11 % ''da, saj menim, da jim/mu/ji je to všeč''. In dalje Etcoff, Orbach, Scott in D'Agostino (2004) razkrivajo, da se več kot polovica mladih žensk (59 %) strinja, da ''moški bolj cenijo fizično privlačne ženske''.

Nagar in Virk (2017) zapišeta, da primerjanje Indijk s prijateljicami in družino pa tudi s filmskimi igralkami, igra vlogo pri njihovem nezadovoljstvu glede svojega videza. Moja raziskava je razkrila, da se kar 70 % študentk znajde v situaciji, da svoj videz večkrat primerjajo z drugimi ženskami, ki upodabljajo kakšnega od lepotnih standardov.

Študentke so več kot tisočkrat izbrale odgovore o večkratnem primerjanju z drugimi ženskami, ki upodabljajo kakšnega od lepotnih standardov. Številka je ogromna, kar pomeni, da je takšno primerjanje videza že problematično. Najpogosteje – 22 % študentk se primerja s svojimi znankami in/ali prijateljicami. Ule (2017) tako pojasni, da vrstniki zagotavljajo čustveni in psihološki sistem podpore, vendar primerjanje sebe z drugimi povzroči nenehno spraševanje in dvome: ''Zakaj je ta objava dobila več všečkov kot moja?'' Sledi primerjanje

z modeli in/ali fitnes modeli s 17 % in primerjanje z znanimi osebami (pevke, igralkе, športnice ...) tudi s 17 %. Študentke se primerjajo z ženskami, ki so zaslovele na socialnih omrežjih (16 %) in z mimoidočimi v javnosti (16 %). Študentke se primerjajo s potnicami na avtobusu, primerjajo se z vsemi ženskami ali pa z vsako žensko, ki se jim zdi lepa in opazijo neke detajle, ki bi jih želele imeti same. Primerjajo se z ženskami, ki jih mimogrede opazijo na socialnih omrežjih, zlasti na Instagramu. Mlade ženske se spodbuja, da o trenutnih sodobnih lepoticah npr. Kylie Jenner razmišljajo kot o viru trenutnega lepotnega standarda, resnično pa je njej podobno telesno figuro možno doseči le z veliko količino vadb, strogimi dietami, povrh najverjetneje s kirurškim posegom. Takšna nerealna telesa silijo ženske, da spremenijo svoj videz na nezdrav način (Henriques, 2018).

6 SKLEPI

- ✚ Študentke se najbolj strinjajo z definicijo lepotnih standardov po De Lima Bastos in Pessoa (2019): Lepotni standardi so kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti. Študentke se zavedajo, da prevladujejo univerzalni lepotni standardi iz ameriške oz. zahodne kulture ter hkrati izpostavljajo problematiko v enosmernem vidiku lepote, ki ga družba vsiljuje ženskam. Študentke nazadnje znajo definirati lepotne standarde na svoj edinstven način, kot lepoto zaznavajo same.
- ✚ Velika večina študentk meni, da lepotni standardi pri videzu žensk ne morajo biti pomembni. To se prepleta z željo študentk po raznolikosti videza v medijih, ki objavljajo lepotne standarde in z zaznavanjem lepote.
- ✚ Študentke so mero zadovoljstva z videzom v glavnini označile kot to, da so še kar zadovoljne, vendar ne toliko, kot bi lahko bile. Ugotavljam, da to pojasnjuje želje po spreminjanju telesa s telovadbo, dietami in pri razmišljanju o tipih posegov.
- ✚ Največ študentk se ob opazovanju ženske, ki ustreza lepotnim standardom počuti očarano, saj ima čudovite obline. To je povezano z občutki žalosti, manjvrednosti, ljubosumja, zavidevanja in obtoževanja samih sebe. To nam pove, da lepotni standardi ravnanja študentk preusmerjajo v destruktivnost.
- ✚ Velika večina študentk je že kdaj telovadila z namenom, da bi se s telesnim videzom približale lepotnim standardom, več kot polovica študentk pa je že preizkusila dieto, da bi se s telesnim videzom približala lepotnim standardom. Študentke so bile največkrat na dieti nekajkrat v življenju, ki pa ni bila uspešna, zatem sledijo tiste, pri katerih je bila uspešna, in nato tiste, ki so na dieti vsaj enkrat na leto in dolgoročno ni uspešna. Sklepam lahko, da se projekti tudi ponavljajo in zavlečejo, saj ambicija popolnosti ženske pogosto vodi do pomanjkljive prehrane in pretiranih diet.
- ✚ Več študentk, kot sem pričakovala, se je že spopadlo z motnjo hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom. Sklepam, da je problematika motenj hranjenja pomembno prisotna in do teh motenj lahko pride tudi zaradi družbenih lepotnih standardov. Študentke so posebej izpostavile anoreksijo, kompulzivno prenehanje in ortoreksijo. Ostale posledice študentk so tudi slaba samopodoba, anksiozna motnja, depresija, tesnoba, čustvena nestabilnost, kronično vnetje želodčne sluznice, obsesivna kompulzivna motnja, izogibanje socialnim stikom, težave v spolnih odnosih in kompulzivna rekreacija.

- ✚ Več kot polovica študentk je pomislila, da bi naredile kirurški/nekirurški poseg, s katerim bi se približale lepotnim standardom. Ta želja je povezana z zadovoljstvom s svojim videzom. Prevladujoči tip posega je podaljšanje trepalnic, ki je lepotni standard zadnjih nekaj let. Sledi poseg povečanja prsi, vrisovanje obrvi ter povečanje ustnic, kjer sta slednja dva tudi novejša lepotna standarda. Potrjujem, da se slovenske študentke zgledujejo po univerzalnem lepotnem standardu iz ameriške oz. zahodne kulture.
- ✚ Raziskava razkriva, da se večina študentk pri lepotičenju in oblačenju samih sebe ozira na sočasne trende lepotnih standardov, zato sklepam, da ravnajo v skladu z njimi.
- ✚ Blizu polovice študentk je že preuredilo fotografije sebe (s programi kot so Facetune/Photoshop ali le funkcije na Instagramu/Snapchatu), da bi bile bolj podobne lepotnemu standardu, preden so jih objavile na socialna omrežja. Ugotavljam, da je to že običajno in del vsakdanjosti. Študentke v povezavi s slednjimi ravnajo tako, da preusmerijo realnost svojega izgleda v takšnega, kakršnega družba odobrava.
- ✚ Študentke večinoma niso namenoma upodabljale (v živo ali le na fotografiji) kakšnega od lepotnih standardov, da bi bile bolj všeč osebi/osebam spola, ki jih privlači. Vendar v povezavi s teoretičnimi izhodišči mlade ženske menijo, da moški preferirajo in bolj cenijo fizično privlačne vitke ženske. To vseeno pojasnjuje nekaj študentk iz moje raziskave, ki so namenoma upodabljale lepotne standarde zaradi tega.
- ✚ Skorajda vse študentke menijo, da vsakodnevna uporaba Instagrama igra vlogo pri oblikovanju samopodobe.
- ✚ Velika večina študentk se znajde v situaciji, da svoj videz večkrat primerjajo z drugimi ženskami, ki upodablajo kakšnega od lepotnih standardov. Po teh številnih odgovorih iz raziskave sklepam, da je tovrstno primerjanje videza že problematično. Najpogosteje se študentke primerjajo s svojimi znankami in/ali prijateljicami, zatem z ženskami, ki so zaslovele na socialnih omrežjih in z mimoidočimi v javnosti. Ugotavljam, da študentke vrstnice opazujejo na socialnih omrežjih, prav tako ženske, ki so tam zaslovele in kasneje vsiljen vidik lepega iščejo v mimoidočih ter zaznavajo, kako blizu ali daleč lepotnega standarda so one same.
- ✚ Množično študentke želijo videti več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde. Sklepam, da je želja po raznoliki lepoti kot novem lepotnem standardu med študentkami v Sloveniji večinsko prisotna.

7 PREDLOGI

- ✚ Družba bi morala študentke ozaveščati, da so lepe takšne, kot so. Študentke namreč ravnaajo v povezavi z lepotnimi standardi, vendar njihove pomembnosti ne podpirajo. Želijo si videti raznolikost v pojmovanju lepote s strani medijev, kar jim moramo omogočiti.
- ✚ V Sloveniji je potrebno opozarjati na zvijače preurejenih oz. manipuliranih fotografij, ki so jim študentke vsakodnevno priče. Potrebno je zmanjšati zgled univerzalnih lepotnih standardov iz ameriške oz. zahodne kulture, z opozarjanjem na nerealnost videza teh sodobnih lepotic v medijih, zlasti na socialnih omrežjih.
- ✚ Obstajati bi moralo več akcij, delavnic, projektov, spletnih strani, profilov na socialnih omrežjih, itn., ki dvigujejo mero zadovoljstva mladih žensk s svojim videzom in se borijo proti predsodkom o telesu. S poudarjanjem raznolike naravne lepote moramo znižati raven razmišljanja študentk o dietah, lepotnih posegih in telovadbi zaradi želje po približanju lepotnim standardom.
- ✚ Kot socialna delavka lahko sama ali v sodelovanju ustanovim spletno stran na Instagramu in Facebooku z namenom opolnomočenja samopodobe študentk in opozarjanja na unikatno lepoto vsake mlade ženske. V slike in verze opolnomočenja lahko uvajam socialnodelovno perspektivo videnja žensk z uporabo jezika socialnega dela. Prav tako se lahko ustanovi Youtube kanal, kjer se objavljajo posnetki tovrstne tematike za krepitev moči žensk.
- ✚ Strokovni delavci in delavke moramo biti opremljeni z znanjem o problematiki lepotnih standardov, ki študentke bombandirajo s spolnimi objektivizacijami in zbijajo njihovo samozavest ter telesno samopodobo.
- ✚ Ker smo tudi sami deležni vsiljevanja lepotnih standardov s strani družbe, se moramo naučiti o tem kritično razmišljati in sporočila naravnati v skladu s tem, da je raznolika lepota vseprisotna. V socialnem delu je zato supervizija dober proces, ki strokovnjaku in strokovnjakinji omogoča, da razmišlja o svojem delu, soustvarja možne nove rešitve in širi področje svojega poklicnega delovanja. Intervizijske skupine so prav tako izvrstno izhodišče za pridobivanje kompetenc pri delu.
- ✚ Dober predlog socialnodelovne prakse s študentkami je izhajanje iz koncepta perspektive moči, ki temelji na konceptu krepitve moči. Tu spodbujamo uporabnico oz. skupaj z njo raziskujemo njene dobre plati, kaj je dobrega naredila, kje je močna, kaj zmore in kaj še

lahko zmore. Na ta način lahko skupaj z uporabnico pridemo do opolnomočenja, in sicer dvigujemo njeno samozavest, samopodobo in telesno samopodobo. Sicer pa je pomembno, da v odnosu socialnega delavca/delavke in uporabnice ni hierarhije, saj ji damo kredibilnost, da sama najbolje ve, kaj je zanjo najbolje.

- ✚ Socialni delavci in delavke oz. spoštljivi in odgovorni zavezniki lahko s študentkami – uporabnicami oz. ekspertkami iz izkušenj soustvarjamo individualni načrt, ki je metoda socialnega dela, s pomočjo katere želimo življenjske cilje sogovornic udejanjiti in sicer na več srečanjih. Zavedati se moramo, da so cilji uporabnic lahko tudi osvoboditev od negativnih čustev in/ali patoloških posledic, ki jih lepotni standardi z vsiljevanjem enosmernega vidika lepote ustvarjajo.
- ✚ Spodbujati moramo epistemologijo vsake uporabnice, saj lepoto vsakdo zaznava na svoj edinstven način. Iz njene resnice izhajamo s ciljem, da jo skupaj okrepimo s pozitivno samopodobo.
- ✚ Študentke morajo biti slišane in se hkrati počutiti varne, da lahko svoje stiske in skrbi delijo z drugimi. Ravno zato predlagam skupine za samopomoč, kjer se lahko zaupajo vodji in ostalim ženskam, ki jim bodo prisluhale. Tu lahko delijo svojo življenjsko zgodbo ravnanja v povezavi z lepotnimi standardi, morebitne patološke posledice oz. način razmišljanja, ki jim ni pomagal. V upanju bodo svoje izkušnje postopoma obrnile v nov začetek drugačnih miselnih vzorcev z okrepitvijo samopodobe in samozavesti. Spoznale bodo, da ni potebe po primerjanju svojega videza, ter da ne potrebujejo ustrezati lepotnim standardom, da bi bile lepe, in da bi se v svetu počutile ljubljene ter svobodne.
- ✚ Predlagam uporabo izrazno-ustvarjalnih medijev (ples, glasba, drama, likovnost in fotografija) kot socialnodelovno obliko pomoči študentkam in ostalim mladim ženskam za dvig samopodobe. Lahko poteka individualno, lahko pa ustanovimo delavnice tako za vznemirjene zaradi lepotnih standardov kot tudi tiste, ki se le želijo pridružiti in od delavnic kaj dobrega prejeti. Menim, da lahko ustvarjalne dejavnosti na edinstven in neobičajen način uporabnicam pomagajo pri doseganju ciljev.

8 LITERATURA

1. Adam, A. (2020). Beauty is in the eye of the beautiful: Enhanced eyelashes increase perceived health and attractiveness. *Evolutionary Behavioral Sciences*. Pridobljeno 15. 3. 2020 s <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0000192>
2. Adelman, M., & Ruggi, L. (2008). The Beautiful and the Abject: Gender, Identity and Constructions of the Body in Contemporary Brazilian Culture. *Currnet Sociology*, 56(4). Pridobljeno 25. 3. 2020 s <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0011392108090942>
3. Alexander, B. (2016). Ideal to real: *What the 'perfect' body really looks like for men and women*. Pridobljeno 10. 3. 2020 s <https://www.today.com/health/ideal-real-what-perfect-body-really-looks-men-women-t83731>
4. American society of plastic surgeons. (2016). *New Statistics Reflect the Changing Face of Plastic Surgery*. Pridobljeno 5. 3. 2020 s <https://www.plasticsurgery.org/news/press-releases/new-statistics-reflect-the-changing-face-of-plastic-surgery>
5. American society of plastic surgeons. (2018). *New Statistics Reveal the Shape of Plastic Surgery*. Pridobljeno 5. 3. 2020 s <https://www.plasticsurgery.org/news/press-releases/new-statistics-reveal-the-shape-of-plastic-surgery>
6. Anderson, W. A. (2015). Beauty and disability. *International Journal of Christianity & Education*, 19(3). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/2056997115588868>
7. Arroyo, A., Southard Stillion, B. A., Cohen, H., & Caban, S. (2018). Maternal Communication Strategies That Promote Body Image in Daughters. *Communication Research*, 47(3). Pridobljeno 25. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0093650218781737>
8. Awad, H. G., Norwood, C., Taylor, S. D., Martinez, M., McClain, S., Jones, B., Holman, A., & Chapman-Hilliard, C. (2014). Beauty and Body Image Concerns Among African American College Women. *Journal of Black Psychology*, 41(6). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0095798414550864>
9. Biesta, G. (2015). What is education for? On good education, teacher judgement, and educational professionalism. *European Journal of Education*, 50(1), 75-87.

10. Bogataj, A. (2004). Skupina za samopomoč za osebe z dolgotrajnimi težavami v duševnem zdravju. *Socialno delo*, 43(2/3), 161-162.
11. Buchaman, K., & Sheffield, J. (2017). Why do diets fail? An exploration of dieters' experiences using thematic analysis. *Journal of Health Psychology*, 22(7). Pridobljeno 30. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/1359105315618000>
12. Bucholtz, M. (2016). Why bodies matter: Discourse and materiality after mass murder. *Unpublished essay. University of California, Santa Barbara*. Pridobljeno 18. 2. 2020 s http://www.linguistics.ucsb.edu/faculty/bucholtz/sites/secure.lsit.ucsb.edu.ling.d7_b/f/iles/sitefiles/research/publications/Bucholtz2016-WhyBodiesMatter-long.pdf
13. Cash, T.F., & Henry, P.E. (1995). Women's body images: The results of a national survey in the U.S.A.. *Sex Roles* 33(1995), 19–28. Pridobljeno 21. 11. 2019 s <https://doi.org/10.1007/BF01547933>
14. Clement, J. (2017). *Beauty content on social media - Statistics & Facts*. Pridobljeno 6. 3. 2020 s <https://www.statista.com/topics/2381/beauty-brands-on-social-media/>
15. Clement, J. (2020). *Distribution of Instagram users worldwide as of January 2020, by age group*. Pridobljeno 5. 3. 2020 s <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
16. Čačinovič Vogrinčič, G., Kobal, L., Mešl, N. & Možina, M. (2009). *Vzpostavljjanje delovnega odnosa in osebne stika*. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.
17. Dawley-McClendon, H. (b.d.). *Sexualization of Young Girls in Entertainment*. Pridobljeno 24. 2. 2020 s https://www.socialworker.com/feature-articles/practice/Sexualization_of_Young_Girls_in_Entertainment/
18. De Casanova, M. E. (2004). "NO UGLY WOMEN" Concepts of Race and Beauty among Adolescent Women in Ecuador. *Sociologists for Women in Society*, 18(3). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0891243204263351>
19. De Lima Bastos, P. A., & Pessoa, R. R. (2019). A Discussion on English Language Students' Body Image: Beauty Standards and Fatness. *Issues Teach. Prof. Dev.*, 21(1). Pridobljeno 18. 2. 2019 s https://www.researchgate.net/publication/330402639_A_Discussion_on_English_Language_Students'_Body_Image_Beauty_Standards_and_Fatness

20. Dolenc, P. (2010). Telesna samopodoba kot pomemben motivacijski dejavnik za gibalno/športno aktivnost otrok in mladostnikov. *Revija za elementarno izobraževanje*, 3(1), 53-64.
21. Dominelli, L. (2002). *Feminist Social Work Theory and Practice*. Pridobljeno 27. 3. 2020 s <http://ikkr.org/data/upimages/subfolders/PDF/feminist-social-work.pdf>
22. Drglin, Z., Hrženjak, M., Legan, J., Skumavc, U., Vendramin, V. & Vidmar K. H. (2002). *Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
23. Engeln-Maddox, R. (2006). Buying a Beauty Standard or Dreaming of a New Life? Expectations Associated with Media Ideals. *Psychology of Women Quarterly*, 30. Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1111/j.1471-6402.2006.00294.x>
24. Etcoff, N., Orbach, S., Scott, J., & D'Agostino, H. (2004). 'The real truth about beauty: Global report' Findings of the global study on women, beauty and well-being. *White paper*. Pridobljeno 4. 3. 2020 s http://www.clubofamsterdam.com/contentarticles/52%20Beauty/dove_white_paper_final.pdf
25. Fashion Institute of Technology. (2018). *The Body: Fashion and Physique*. Pridobljeno 7. 3. 2020 s <http://www.fitnyc.edu/museum/exhibitions/the-body-fashion-physique.php>
26. Featherstone, M. (2010). Body, Image and Affect in Consumer Culture. *Body & Society* 16(1). Pridobljeno 25. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/1357034X09354357>
27. Forbes, B. G., Collinsworth, L. L., Jobe, L. R., Braunn, D. K., & Wise, M. L. (2007). Sexism, Hostility toward Women, and Endorsement of Beauty Ideals and Practices: Are Beauty Ideals Associated with Oppressive Beliefs? *Sex Roles*, 56(5-6). Pridobljeno 3. 4. 2020 s <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-006-9161-5>
28. Franzoi, L. S., & Chang, Z. (2002). The Body Esteem of Hmong and Caucasian Young Adults. *Psychology of Women Quarterly*, 26. Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1111/1471-6402.00046>
29. Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.
30. Frith, E. (2017). Social media and children's mental health: A review of the evidence. *Children and Young People's Mental Health*. Pridobljeno 29. 2. 2020 s

- https://epi.org.uk/wp-content/uploads/2018/01/Social-Media_Mental-Health_EPI-Report.pdf
31. Furlan, N. (2008). Negativni spolni stereotipi in predsodki v slovenski družbeno-religijski sferi. *Institutum Studiorum Humanitatis*, 10(1). Pridobljeno 1. 4. 2020 s <http://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:doc-2EEPK3G9/55e7d3f6-aa37-4da8-b341-ea263a22eec5/PDF>
 32. Gerenčer, S. (2004). Socialna izključenost gluhih v Republiki Sloveniji. *Socialno delo*, 43(5-6), 299-309.
 33. Goodman, R. J., & Walsh-Childers, K. (2004). Sculpting the Female Breast: How College Women Negotiate the Media's Ideal Breast Image. *J&MC Quarterly*, 81(3). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/107769900408100312>
 34. Grabe, S., Shibley-Hyde, J., & Lindberg, S. M. (2007). Body objectification and depression in adolescents: The role of gender, shame, and rumination. *Psychology of Women Quarterly*, 31. Pridobljeno 4. 4. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1111/j.1471-6402.2007.00350.x>
 35. Haegle, J., Zhu, X. (2018). Body image and physical education: Reflections of individuals with visual impairments. *European Physical Education Review*, 25(4). Pridobljeno 25. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/1356336X18789436>
 36. Hammar, R. G., Ozolins, A., Idvall E., & Rudebeck, E. C. (2009). Body image in adolescents with cerebral palsy. *Journal of Child Health Care*, 13(1). Pridobljeno 25. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/1367493508098378>
 37. Hashimi, L. (2018). *Students need to redefine beauty standards*. Pridobljeno 12. 2. 2020 s <http://thedailycougar.com/2018/11/07/redefine-beauty-standards/>
 38. Henriques, B. (2018). *The Problem With Today's "Body Positivity."* Pridobljeno 5. 3. 2020 s <https://thelinknewspaper.ca/article/the-problem-with-todays-body-positivity>
 39. Hirshbein Davidow, L. (2001). The Flapper and the Fog: Representations of Gender and Age in the 1920s. *Journal of Family History*, 26(1). Pridobljeno 4. 4. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/036319900102600106>
 40. Hrovat, J. (2002). Telo in lepotni ideal. *Phainomena*, 11(39/40), 257-271.

41. Huguet P., Croizet J. C., & Richetin J. (2004). Is “what has been cared for” necessarily good? Further evidence for the negative impact of cosmetics use on impression formation. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(8). Pridobljeno 26. 3. 2020 s https://www.researchgate.net/publication/228404223_Is_What_Has_Been_Cared_For_Necessarily_Good_Evidence_for_the_Negative_Impact_of_Cosmetics_Use_on_Impression_Formation
42. Inštitut za slovenski jezik ZRC SAZU. (2019). Samostojni izpis sestavka: ravnanje. Pridobljeno 1. 4. 2020 s <https://fran.si/iskanje?View=1&Query=ravnanje>
43. Inštitut za slovenski jezik ZRC SAZU. (2019). Samostojni izpis sestavka: influencerka. Pridobljeno 5. 4. 2020 s <https://fran.si/132/sprotni-sprotni-slovar-slovenskega-jezika/4418360/influencerka?View=1&Query=znotraj&hs=51&AllNoHeadword=znotraj&FilteredDictionaryIds=132>
44. International Society of Aesthetic Plastic Surgery. (2018). *ISAPS international survey on aesthetic/cosmetic procedures performed in 2018*. Pridobljeno 5. 3. 2020 s <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/12/ISAPS-Global-Survey-Results-2018-new.pdf>
45. Iraheta, K., & Delgadillo, I. (2019). *Fighting Body Standards* [Blog]. Pridobljeno 13. 2. 2020 s <https://www.youthvoices.live/2019/04/26/fighting-body-standards/>
46. Irwin, C., Desbrow, B., Khalesi, S., & McCartney, D. (2019). Challenges following a personalised diet adhering to dietary guidelines in a sample of Australian university students. *Nutrition and Health*, 25(3). Pridobljeno 30. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0260106019841247>
47. Jogan, M. (1998). Akademska karierna in spolna (ne)enakost. *Teorija in praksa*, 35(6), 989-1014.
48. Južnič, S. (1998). Človekovo telo med naravo in kulturo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
49. Kapus, A. (2014). Medijske podobe ljudi z ovirami. *Socialno delo*, 53(3), 199-206.
50. Kholmogorova, A., Tarhanova, P., & Shalygina, O. (2018). Standards of physical beauty and mental health in children and young people in the era of the information revolution. *International Journal of Culture and Mental Health*, 11(1). Pridobljeno 27. 3. 2020 s <https://www.tandfonline-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/full/10.1080/17542863.2017.1394007>

51. Kilpatrick, M., Ohanessian, C., & Bartholomew, J. B. (1999). Adolescent Weight Management and Perceptions: An Analysis of the National Longitudinal Study of Adolescent Health. *Journal of School Health*, 69(4), 148-152.
52. Kobal, D. (2000). *Temeljni vidiki samopodobe*. Ljubljana: Pedagoški inštitut
53. Kokalj, I. (2017). Pomoč z umetnostjo po hudi poškodbi glave. *Socialno delo*, 56(1), 51-62.
54. Korichi R., Pelle-De-Queral D., & Gazano G. (2008). Why women use makeup: Implication of psychological traits in makeup functions. *Journal of Cosmetic Science*, 59(2). Pridobljeno 26. 3. 2020 s https://www.researchgate.net/publication/5443539_Why_women_use_makeup_Implication_of_psychological_traits_in_makeup_functions
55. Kuhar, M. (2004). *V imenu lepote: Družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Center za socialno psihologijo.
56. Kuhar, M. (b.d.). *Spreminjanje lepotnih idealov*. Pridobljeno. 4. 3. 2020 s <https://www.tosemjaz.net/clanki/spreminjanje-lepotnih-idealov/>
57. Lau, A. T. (2007). *Pretty or Pity? Female Body Image Oppression as a Risk Factor for Eating Disorders*. Pridobljeno 10. 2. 2020 s https://www.socialworker.com/feature-articles/practice/Pretty_or_Pity%3F_Female_Body_Image_Oppression_as_a_Risk_Factor_for_Eating_Disorders/
58. Leskošek, V. (2002). *Zavrnjena tradicija: ženske in ženskost v slovenski zgodovini od 1890 do 1940*. Ljubljana: Založba cf.*
59. Markey, C., & Sousa, L. (2019). *Beauty Ideals Be Damned*. Pridobljeno 5. 3. 2020 s <https://www.psychologytoday.com/ca/blog/smart-people-don-t-diet/201910/beauty-ideals-be-damned>
60. Maymone, B. C. M., Neamah, H. H., & Secemsky E. A. (2017). The Most Beautiful People: Evolving Standards of Beauty. *JAMA Dermatology*, 153(12). Pridobljeno 24. 10. 2019 s https://www.researchgate.net/publication/320532548_The_Most_Beautiful_People_Evolving_Standards_of_Beauty
61. Muehlenkamp, J. J., & Saris-Baglama, R. N. (2002). Self objectification and its psychological outcomes for college women. *Psychology of Women Quarterly*, 26(2002). Pridobljeno 2. 3. 2020 s

- <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.852.4031&rep=rep1&type=pdf>
62. Nagar, I., & Virk, R. (2017). The Struggle Between the Real and Ideal: Impact of Acute Media Exposure on Body Image of Young Indian Women. *SAGE Open*, 7(1). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/2158244017691327>
 63. Nelson, K. C. (2013). Unbiding an Audience and a Speech: Dove's answer to the Beauty/Authenticity Double Bind. *Qualitative Research Reports in Communication*, 14(1). Pridobljeno 27. 3. 2020 s <https://www-tandfonline-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/full/10.1080/17459435.2013.835349>
 64. Nolen Hoeksema, S., & Girgus, J. S. (1994). The emergence of gender differences in depression during adolescence. *Psychological Bulletin*, 115(3), 424–443.
 65. Pandel Mikuš, R. (2003). Različni vidiki motenj hranjenja pri ženskah. *Obzornik zdravstvene nege*, 37(1), 29-36.
 66. Pečarič, E. (2005). Tako lepa, pa invalid. *Socialno delo*, 44(1/2). Pridobljeno 27. 3. 2020 s <https://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-7RXQGCHE/3b941485-b94c-422f-8d08-d62df757f003/PDF>
 67. Prijon, L. (2008). Negovanje ženskega telesa v sodobni zahodni družbi. *Raziskave in razprave*, 1(1/3), 123-151.
 68. Rajanala, S., Maymone, B. C. M., & Vashi, A. N. (2018). Selfies - Living in the Era of Filtered Photographs. *JAMA Facial Plastic Surgery*, 20(6). Pridobljeno 7. 3. 2020 s <https://wbbh.images.worldnow.com/library/26a8a041-f1f3-4b03-9b17-fbcee3fb7836.pdf>
 69. Reilly, A., & Rudd, A. N. (2009). Social Anxiety as Predictor of Personal Aesthetic Among Women. *Clothing & Textiles Research Journal*, 27(3). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0887302X08329645>
 70. Renner, T. (1990). Rosalind Coward, Ženska želja. *Družboslovne razprave*, 9(7). Pridobljeno 14. 11. 2019 s <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr9Renner.PDF>
 71. Renner, T. (1998). Sociopatologije vsakdanjosti. *Družboslovne razprave*, 14(27/28). Pridobljeno 12. 4. 2020 s <https://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-LGVVV299/de46c54f-57ab-48df-bc08-3938c9133ef1/PDF>
 72. Rhode, L. D. (2010). *The Beauty Bias: The Injustice of Appearance in Life and Law* [pdf]. Pridobljeno 15. 3. 2020 s

- <https://books.google.si/books?id=00Wq6VSzIGUC&printsec=frontcover&hl=sl#v=onepage&q&f=false>
73. Rooks, M. N. (1996). *Hair Raising: Beauty, Culture, and African American Women* [pdf]. Pridobljeno 11. 3. 2020 s https://books.google.si/books?hl=sl&lr=&id=ICQbqC3lQnEC&oi=fnd&pg=PP13&dq=women%27s+beauty+in+cultures&ots=ewQhL_YMyL&sig=iuiffks_LIwATrNeNIzbYrxHRo8&redir_esc=y#v=onepage&q=ideal&f=false
 74. Royal Society for Public Health. (2017). *Instagram ranked worst for young people's mental health*. Pridobljeno 8. 3. 2020 s <https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html>
 75. Salomon, P. I. (2017). The Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image. *Journal of Early Adolescence*, 39(4). Pridobljeno 29. 2. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0272431618770809>
 76. Shufeldt Esch, M. (2010). Rearticulating Ugliness, Repurposing Content: Ugly Betty Finds the Beauty in Ugly. *Journal of Communication Inquiry*, 34(2). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0196859909351743>
 77. Singh, D. (1993). Adaptive Significance of Female Physical Attractiveness: Role of Waist-to-Hip Ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2). Pridobljeno 9. 3. 2020 s <https://pdfs.semanticscholar.org/05d6/0e201efb208e8561641d13df30fc6ba3bc1a.pdf>
 78. Statistični urad Republike Slovenije. (2018). *Polovica mladih, starih od 19 do 24 let, študira*. Pridobljeno 1. 4. 2020 s <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7746>
 79. Statistični urad Republike Slovenije. (2019). *Mladi v Sloveniji: več kot polovica jih je vključenih v formalno izobraževanje*. Pridobljeno 1. 4. 2020 s <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/8070>
 80. Stuart, A., Donaghue, N. (2011). Choosing to conform: The discursive complexities of choice in relation to feminine beauty practices. *Feminism & Psychology*, 22(1). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0959353511424362>
 81. Swami, V., Cavelti, S., Taylor, D., & Tovee, M.J. (2015). The Breast Size Rating Scale: Development and psychometric evaluation. *Body Image*, 14(1). Pridobljeno 11. 3. 2020 s

- https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/download/c26230fe7c6eef1023289e5aaec95256eef7ee5c5b1417a05d834d19815f6083/235800/Swami_etal_BodyImage_2015_AAM.pdf
82. Šugman Bohinc, L. (1997). Epistemologija socialnega dela. *Socialno delo*, 36(4), 289-308.
 83. Thomsen, R. S. (2002). Health and Beauty Magazine Reading and Body Shape Concerns among a Group of College Women. *J&MC Quarterly*, 79(4). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/107769900207900413>
 84. Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2019). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New media & society*, 00(0). Pridobljeno 25. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/1461444819888720>
 85. Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). 'Strong is the new skinny': A content analysis of #fitspiration images on Instagram. Pridobljeno 5. 3. 2020 s <https://www.semanticscholar.org/paper/'Strong-is-the-new-skinny'%3A-A-content-analysis-of-Tiggemann-Zaccardo/3a8db4034b239220ff27d9c657e128225be51e57>
 86. Tolman, D., Impett, E., Tracy, A., & Michael, A. (2006). Looking good, sounding good: femininity, ideology and adolescent girls' mental health. *Psychology of Women Quarterly*. *Psychology of Women Quarterly*, 30(2006). Pridobljeno 29. 2. 2020 s <http://www.impettrelationships.com/wp-content/uploads/downloads/2010/11/2006-PWQ-Tolman-Impett-Tracy-Michael.pdf>
 87. Ule, M. (2008). *Za vedno mladi? Socialna psihologija odraščanja*. Ljubljana: Založba FDV
 88. Van Vonderen, E. K., & Kinnally, W. (2012). Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure in the Broader Context of Internal and Other Social Factors. *American Communication Journal*, 14(2), 41-57.
 89. Verša, D. (1992). Televizijska podoba spolov. *Teorija in praksa*, 29(9/10). Pridobljeno 27. 3. 2020 s <https://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-LRWEPQUX/9e7cdd1d-9d4f-41f1-bbe5-bea2960f20b7/PDF>
 90. Wagstaff, D. L. (2018). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4). Pridobljeno 6. 3. 2020 s https://www.researchgate.net/publication/322974430_Exploring_the_Relationship_Be

tween Frequency of Instagram Use Exposure to Idealized Images and Psychological Well-being in Women

91. Wilson, J. (2004). Beyond psychiatry: How social workers conceptualize women and self-starvation. *Australian Social Work*, 57 (2), 150-160.
92. Yan, Y., & Bissell, K. (2014). The Globalization of Beauty: How is Ideal Beauty Influenced by Globally Published Fashion and Beauty Magazines? *Journal of Intercultural Communication Research*, 43(3). Pridobljeno 27. 3. 2020 s <https://www-tandfonline-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/full/10.1080/17475759.2014.917432>
93. Yu, U. (2014). Deconstructing College Students' Perceptions of Thin-Idealized Versus Nonidealized Media Images on Body Dissatisfaction and Advertising Effectiveness. *Clothing and Textiles*, 32(3). Pridobljeno 26. 3. 2020 s <https://journals-sagepub-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdf/10.1177/0887302X14525850>
94. Zhang, M. (2012). A Chinese beauty story: how college women in China negotiate beauty, body image, and mass media. *Chinese Journal of Communication*, 5(4). Pridobljeno 27. 3. 2020 s <https://www-tandfonline-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/full/10.1080/17544750.2012.723387>
95. Ženska svetovalnica. (2016). *Pomoč pri motnjah hranjenja: Ženska svetovalnica*. Pridobljeno 8. 3. 2020 s <https://www.tosemjaz.net/kam-po-pomoc/zenska-svetovalnica/>

9 PRILOGA

9.1 Anketni vprašalnik

Pozdravljene!

Sem Ivana Malkoč, študentka 4. letnika Fakultete za socialno delo. Za diplomu sem si izbrala **Ravnanja študentk v povezavi z lepotnimi standardi**, kar je tema moje raziskovalne naloge. K izpolnjevanju vabim študentke s študentskim statusom v letu 2019/2020 v Sloveniji, stare od 18 do 29 let. Anketa traja približno 8 minut (ponekod je možnih več odgovorov).

Študentke, prosim vas za iskrene odgovore, le tako bo raziskava korektna.

Hvala vam!

Vprašalnik je anonimen. Na voljo sem vam za dodatno razlago in morebitna vprašanja na ivana.malkoc7@gmail.com

Kateri letnik in stopnja študija si?

- ☐ 1. letnik 1. stopnje
- ☐ 2. letnik 1. stopnje
- ☐ 3. letnik 1. stopnje
- ☐ 4. letnik 1. stopnje
- ☐ 1. letnik 2. stopnje
- ☐ 2. letnik 2. stopnje
- ☐ 1. letnik 3. stopnje
- ☐ 2. letnik 3. stopnje
- ☐ 3. letnik 3. stopnje
- ☐ 4. letnik 3. stopnje

Lepotni standardi so poljubni in se zelo razlikujejo tako od ene kulture do druge kot skozi čas. Kljub temu danes prevladujejo univerzalni lepotni standardi iz ameriške oz. zahodne kulture, na katere se oziram v nadaljevanju. S katero definicijo ali definicijami lepotnih standardov se najbolj strinjaš?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Lepotni standardi so kulturna sporočila in družbeni standardi videza in privlačnosti.
- ☐ Lepotni standardi so sodobne lepoticke z gladko kožo, simetričnim obrazom, prijetnim pogledom, lepo oblikovanimi trepalnicami in obrvmi, polnimi ustnicami in lepimi lasmi, oblekami v trendu in urejenimi nohti ter s poudarjenimi oblinami na sicer vitkih čvrstih telesih, ki imajo figuro "peščene ure" torej ozek pas, rahlo širše boke, sorazmerno veliko čvrsto zadnjico, polne pokončne prsi, itd.
- ☐ Lepotni standardi so preusmerjevalci družbene zavesti z ženskih kompetenc na zunanost videza, hkrati spodkopavajo žensko samozavest, razblinijo njihove čustvene in ekonomske vire ter jih postavijo v ospredje kot spolne objekte.
- ☐ Imam svojo definicijo lepotnih standardov:
- ☐ Drugo:

Ali meniš, da lepotni standardi pri videzu žensk morajo biti pomembni?

- ☐ Da
- ☐ Ne

V kolikšni meri si zadovoljna s svojim videzom? (1- nisem zadovoljna, 2- bolj sem nezadovoljna kot zadovoljna, 3- niti nezadovoljna, niti zadovoljna, 4- sem še kar zadovoljna, 5- sem zadovoljna)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Kako se počutiš kadar opaziš žensko, ki ustreza lepotnim standardom?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Obtožujem se, ker ji ne morem biti podobna.
- ☐ Počutim se žalostno in/ali manjvredno.
- ☐ Počutim se ljubosumno, saj ji zavidam.
- ☐ Počutim se nervozno, saj mi njen videz ni všeč.
- ☐ Počutim se očarano, saj ima čudovite obline.
- ☐ Počutim se dobro, ker tudi jaz ustrezam lepotnim standardom.
- ☐ Počutim se dobro, saj ji privoščim, da je tako lepa.
- ☐ Počutja ne znam opisati.
- ☐ Ne počutim se drugače, kot preden sem jo opazila.

Ali si kdaj telovadila tudi z namenom, da bi se s telesnim videzom približala lepotnim standardom?

- ☐ Da.
- ☐ Ne.
- ☐ Ne želim odgovoriti.

Ali si že preizkusila dieto, da bi se s telesnim videzom približala lepotnim standardom?

- ☐ Da.
- ☐ Ne.
- ☐ Ne želim odgovoriti.

Če si odgovorila z Da, kolikokrat si preizkusila dieto in kakšna je bila uspešnost le-te?

- ☐ Na dieti sem vsaj enkrat letno, dolgoročno je neuspešna.
- ☐ Na dieti sem vsaj enkrat letno, dolgoročno je uspešna.
- ☐ Na dieti sem bila le nekajkrat v življenju, ni bila uspešna.
- ☐ Na dieti sem bila le nekajkrat v življenju, bila je uspešna.
- ☐ Na dieti sem bila le enkrat v življenju, ni bila uspešna.
- ☐ Na dieti sem bila le enkrat v življenju, bila je uspešna.

Ali si se spopadla z motnjo hranjenja zaradi želje po približanju lepotnim standardom?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Da.
- ☐ Ne.
- ☐ Ne želim odgovoriti.
- ☐ Ostale patološke posledice zaradi tovrstne želje:

Si kdaj zlasti pomislila, da bi naredila kirurški in/ali nekirurški poseg, da bi se približala lepotnim standardom?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Da, pomislila sem na kirurški poseg.
- ☐ Da, pomislila sem na nekirurški poseg.
- ☐ Ne.

Če si odgovorila z Da, na kakšen tip posega si pomislila?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Povečanje zadnjice
- ☐ Liposukcija
- ☐ Povečanje prsi
- ☐ Pomanjšanje prsi
- ☐ Dvig prsi
- ☐ Abdominoplastika oz. korekcija trebuha
- ☐ Podaljšanje trepalnic
- ☐ Vrisovanje obrvi
- ☐ Botulinum toksin oz. botoks
- ☐ Povečanje ustnic
- ☐ Drugo:

Kako pogosto se pri lepoticenju in oblačenju same sebe oziraš na sočasne trende lepotnih standardov? (1- nikoli, 2- redko, 3- niti redko niti pogosto, 4- pogosto, 5- vedno)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Ali si kdaj preuredila fotografije sebe (s programi kot so Facetune/Photoshop ali le funkcije na Instagramu/Snapchatu), da bi bila bolj podobna lepotnemu standardu, preden si jih objavila na socialna omrežja?

- ☐ Da.
- ☐ Ne.
- ☐ Ne objavljam fotografij sebe.

Ali si kdaj namenoma upodabljala (v živo ali le na fotografiji) kakšnega od lepotnih standardov, da bi bila bolj všeč osebi/osebam spola, ki te privlači?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Da, saj menim, da jim/mu/ji je to všeč.
- ☐ Da, saj menim, da sem tako malce lepša.
- ☐ Ne, saj menim, da sem lepša taka kot sem.

- ☐ Ne in ne razmišljam tako.
- ☐ Ne zanima me, kaj si misli/jo o mojem videzu.

Samopodoba so značilnosti, poteze, občutja, upodobitve, vidiki, sposobnosti in druge psihične vsebine, katere posamezna oseba pripisuje sami sebi. Ali meniš, da vsakodnevna uporaba Instagrama igra vlogo pri oblikovanju samopodobe?

- ☐ Menim, da igra vlogo.
- ☐ Menim, da ne igra vloge.

Se znajdeš v situaciji, da svoj videz večkrat primerjaš z drugimi ženskami, ki upodabljajo kakšnega od lepotnih standardov?

- ☐ Da
- ☐ Ne

Če si odgovorila z Da, s kom svoj videz primerjaš?

Možnih je več odgovorov

- ☐ S svojimi znankami in/ali prijateljicami
- ☐ S svojimi sorodnicami
- ☐ Z znanimi osebami (pevke, igralko, športnice...)
- ☐ Z modeli in/ali fitnes modeli
- ☐ Z ženskami, ki so zaslovele na socialnih omrežjih
- ☐ Z mimoidočimi v javnosti
- ☐ Z ženskami iz oglasov
- ☐ Drugo:

Si želiš videti več raznolikih oblik teles v medijih, ki objavljajo lepotne standarde?

- ☐ Da, raznolikosti primanjkuje.
- ☐ Mogoče, le ponekod.
- ☐ Ne, ni potrebe po raznolikosti.

Prišla si do konca ankete. Hvala za tvoj prispevek! 😊