

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Belkisa Bosnić

KULT TELESNA

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Belkisa Bosnić

Mentorica: doc. dr. Sandra Bašić - Hrvatinić

KULT TELES

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

KULT TELESA

Osrednja tema moje diplomske naloge je žensko telo v moderni družbi, ki je obsedena s kultom vitkega in čvrstega telesa. Mediji nam neutrudno vsiljujejo lepote ideale in nas prepričujejo, da je vitko telo ključ do sreče v življenju. Če želi ženska doseči ali se vsaj približati lepotnemu idealu, mora biti disciplinirana in podvržena stalnemu samonadzoru. Njeno telo tako postane projekt, na katerem mora neprestano delati. Žensko telo je v sodobni družbi postalo sredstvo razkazovanja, žal tudi stalnega nezadovoljstva. Mnoge ženske se poslužujejo številnih, tudi tveganih, telesnih disciplin, da bi se lepotnemu idealu približale. V empiričnem delu me je zanimalo, če ženska s starostjo spremeni svoj odnos do telesa, zato sem izbrala tri različne starostne skupine in jih medsebojno primerjala. Rezultati so pokazali, da so zaposlene ženske najmanj zadovoljne s svojim zunanjim izgledom, vendar s tem niso obremenjene. Raziskava je prav tako pokazala, da namenijo dijakinje in študentke negi telesa bistveno več časa kot zaposlene ženske. Večina žensk je, ne glede na starost, s svojim telesom srednje zadovoljna.

Ključne besede: lepotni ideal, vitko telo, množični mediji, sodobna družba.

THE CULT OF THE BODY

The focal point of my thesis is the female body in modern society and the obsession with slender and firm bodies. Beauty myths are constantly pushed by the media, trying to persuade us that a slender body is the ticket to happiness. If a woman wishes to achieve, or at least come close to the beauty myth, she needs to be disciplined and subjected to constant self – control. Her body thus becomes a never ending project. Not only has the female body become a means of self-display in contemporary society but unfortunately it has also become a means of discontent. Today, a number of women perform numerous, even risky, body practices while trying to achieve a perfect body. In the empirical part of my work I tried to find out whether the woman's attitude towards her body changes with age. For this purpose I have compared three different age groups. The results have shown that employed women are the least satisfied with their appearance however, this does not seem to take over their lives. The research has also shown that both grammar school and university students take better care of their bodies than employed women. Generally speaking most women, regardless of their age, are semi satisfied with their bodies.

Key words: beauty myth, slender body, mass media, modern society.

KAZALO

1. UVOD.....	6
2. TELO SKOZI ZGODOVINO.....	7
3. FOUCAULT: DISCIPLINIRANJE TELESA.....	10
4. SODOBNI ŽENSKI LEHOTNI IDEAL.....	12
4.1 Nezrelo telo je lepo telo?.....	14
4.2 Feministični pogledi na telo.....	15
5. ŽENSKO TELO V MNOŽIČNIH MEDIJAH.....	18
5.1 Vpliv potrošniške družbe na žensko telo.....	19
5.2 Revije za ženske.....	21
6. TELESNE DISCIPLINE.....	23
6.1 Estetska kirurgija.....	23
6.2 Telesna vadba.....	24
6.3 Diete.....	25
6.4 Motnje hranjenja.....	26
6.4.1 Anoreksija.....	28
6.5 Celulit.....	29
6.6 Kozmetika in moda.....	30
7. TELO KOT IZRAZ POSAMEZNIKOVE IDENTITETE.....	32
7.1 Vplivi na (negativno) telesno samopodobo.....	32
8. EMPIRIČNI DEL.....	35
8.1 Opredelitev problema in cilj raziskovanja.....	35
8.2 Metodologija.....	37
8.3 Rezultati in interpretacija.....	38
9. ZAKLJUČEK.....	47
10. VIRI IN LITERATURA.....	49
11. PRILOGA- anketni vprašalnik.....	51

KAZALO TABEL IN GRAFOV

Tabela 8.3.1: Razmerje med številom žensk, ki želijo shujšati in številom žensk, ki želijo ohraniti težo.....	38
Tabela 8.3.2: Porazdelitev odgovorov glede na zadovoljstvo s svojim zunanjim videzom.....	41
Tabela 8.3.3: Porazdelitev odgovorov glede na to, kaj ženske najbolj moti na telesu.....	42
Tabela 8.3.4: Porazdelitev odgovorov glede na čas, ki ga ženske namenijo svojemu zunanjemu videzu.....	45
Graf 8.3.1: Razmerje med številom žensk, ki želijo shujšati in številom žensk, ki želijo ohraniti težo.....	39
Graf 8.3.2: Porazdelitev odgovorov glede na zadovoljstvo s svojim zunanjim videzom.....	41
Graf 8.3.3: Porazdelitev odgovorov glede na to, kaj ženske najbolj moti na telesu.....	43
Graf 8.3.4: Porazdelitev odgovorov glede na čas, ki ga ženske namenijo svojemu zunanjemu videzu.....	45

1. UVOD

Sodobna družba je obsedena s telesno lepoto, množični mediji pa nas ves čas opozarjajo, da je privlačno telo z lepim obrazom ključ za srečo v življenju. Prepričanje moderne družbe je, da zunanji videz posameznika predstavlja njegovo osebnost.

Poudarek diplomske naloge je na ženskem telesu. Poskušala bom opisati, kakšna je pozicija telesa v postmoderni družbi in govorila bom o pomenu zunanjega videza. Na začetku bom opisala, kako se je ideal ženske lepote spreminjal glede na zgodovinski in kulturni kontekst.

Do začetka 20. stoletja so bila modna zaobljena telesa, s pojavom množičnih medijev pa se tudi modni ideali precej spremenijo. V nalogi bom izhajala iz Foucaultove teorije o discipliniranju telesa. Foucault govori o disciplinski oblasti, ki je razpršena med posamezniki in deluje skozi telo. Gre za oblast nad telesi posameznikov, ki proizvajajo t.i. krotka telesa, katera se da spremeniti ali izpopolniti. To teorijo bom aplicirala na žensko telo, ki je dejansko krotko telo, saj je dovzetno za neprestano izboljšanje. Če želi ženska v sodobnem svetu doseči popolno telo, mora biti disciplinirana in podvržena neprestanemu samonadzoru. Ker narava večine žensk ni obdarila z atributi lepote ideala, se ženske poslužujejo številnih telesnih disciplin, kot so diete, telovadba, estetska kirurgija, da bi se temu idealu približale. Vendar ideali, ki zahtevajo vitka telesa, pri mnogih ženskah povzročijo sprevržene percepcije lastnega telesa, kar se odraža v različnih oblikah motenj hranjenja.

Govorila bom tudi o vplivu množičnih medijev pri oblikovanju in širjenju družbenih norm in vrednot glede zunanjega videza. Mediji, predvsem ženske revije, svetujejo kako naj se sodobna ženska približa lepote idealu. Hkrati jo nagovarjajo, naj začne s trdim delom na sebi, saj je to edina pot do lepega telesa in posledično sreče ter zadovoljstva.

Zanimanje za telo je v sodobni potrošniški družbi izrazito tržno naravnano. Ženske kot glavne potrošnice so osrednja tarča oglaševalcev.

V predzadnjem poglavju se bom dotaknila identitete posameznika, saj je le-ta v današnji družbi pogosto definirana zgolj preko posameznikovega telesa. Prav ta tesen odnos med telesom in identiteto je povzročil, da telo danes obravnavamo kot projekt - lahko ga spreminjamo, izboljšujemo ali preoblikujemo. Vse to pa zahteva veliko trdega dela.

V zadnjem, empiričnem delu, bom poskušala raziskati, v kolikšni meri se odnos do telesa spreminja s starostjo. S pomočjo anketnega vprašalnika bom primerjala tri različne starostne skupine: dijakinje, študentke in zaposlene ženske.

Moja prva hipoteza je, da si večina žensk, ne glede na starost, želi shujšati. Druga hipoteza je, da so zaposlene ženske najbolj zadovoljne s svojo zunanostjo, sledijo jim študentke in nato dijakinje. V podhipotezi domnevam, da vse ženske, ne glede na starost, najbolj motita prevelika telesna teža in celulit. V zadnji hipotezi pa predpostavljam, da namenijo dijakinje in študentke več časa svojemu zunanemu videzu kot zaposlene ženske.

Zanimalo me bo tudi, zakaj in za koga se ženske trudijo biti lepe ter kdo najbolj vpliva na ideale v zvezi s privlačnim telesom.

Diplomska naloga deloma izhaja iz lastnih izkušenj, saj se je moj odnos do lastnega telesa spreminjal od mladostništva naprej. Z leti pa pritisk okolice in medijev upade, saj postanemo bolj zreli in selektivni pri izbiri medijskih vplivov ter vsebin.

2. TELO SKOZI ZGODOVINO

Kot pravi Eco (2006), lepota nikoli ni bila nekaj absolutnega in nespremenljivega, temveč si je v skladu z zgodovinskim obdobjem in deželo nadevala razne obraze. Pojem lepote se spreminja s časom, s civilizacijami, s kraji in posamezniki. Kar velja za lepo in zaželeno v enem časovnem obdobju in prostoru, ne ustreza nujno drugemu časovnemu in prostorskemu kontekstu. Kuharjeva (2004) v svojem delu, V imenu lepote, podrobno opisuje, kako se je spreminjal ideal ženskega telesa skozi čas.

Do prehoda v 20. stoletje so bila modna bohotna, zaobljena telesa, medtem ko so suha telesa veljala za neprivlačna. Kipec Willendorfske Venere, 30.000 let pred našim štetjem, priča o izobilju in plodnosti. Egipčanska kraljica Nefretete (1360 pr. n. št.) je veljala za najlepšo žensko starega veka. Znana je po elegantnih potezah obraza in linijah telesa, vitkem vratu in skrivnostnem nasmehu. Starim Egipčanom so bile lepe prožne in nizke prsi, stari Grki in Rimljani pa so občudovali trdne in mišičaste prsi. Številne staroveške družbe so opevale zgolj moško telo, od tod tudi številni kipi boginj z navidez moškim telesom, kjer se dojki na sicer mišičastem prsnem košu kažeta kot dve jabolki. Grška umetnost je utelesila idealno podobo človeka tistega časa, medtem ko so Egipčani svoje bogove upodabljali v nadčloveški ali živalski podobi. Ideal grške lepote je tako predstavljal Miloška Venera.

Kuharjeva nadalje opisuje srednjeveško obdobje, ki ga zaznamuje gotski ideal telesa z jajčastim trebuhom in majhnimi, a čvrstimi prsmi. Tovrstni model reproduktivne postave se je nadaljeval v 17. stoletje. V poznem 17. stoletju so zaželene večje prsi, slednje poleg zadnjice postanejo bolj erotične kot trebuh. Klasicizem zaznamujejo podobe podobne antičnemu idealu, zaželene so postave v obliki peščene ure. V 18. stoletju je obstajal ideal bujnih prsi, nanje pa so ženske polagale križec, da bi iz tega veličastva odganjal zle duhove in pokvarjene misli. Kot pravi Kuharjeva (2004), so ženske omenjeni ideal poskušale doseči s pomočjo korzetov, podložkov in privzdignjenega oprsja. Višek bujnih postav so bila 80-ta leta 19. stoletja, ko so se ženske obremenjevale, da so presuhe, zato so veliko jedle in se veselile vsakega pridobljenega kilograma. Pri tem pa so si še pomagale z različnimi podlogami; zadnjice so si širile z blazinami, prsi pa s podložki. Od sredine 19. stoletja naprej je v Evropi in v Ameriki prihajalo do postopnega premika proti močno negativnemu videnju telesnega maščevja in pozitivnemu vrednotenju vitkosti. Na prelomu stoletja je postalo lepotni ideal v S-liniji zleknjeno telo, s tankim pasom, ploščatim trebuhom, izstopajočim oprsjem in zadnjico. To linijo so dosegali s posebnim steznikom, ki je bil izmed vseh vrst človeku najbolj škodljiv.

Pred prvo svetovno vojno je bilo ideal t. i. Gibsonovo dekle, s postavo v obliki peščene ure: vitko telo, obilno oprsje in zajetni boki, pojasnjuje Kuharjeva (2004). V tem obdobju je naraščalo število privržencev športa. Tako je »nova atletska ženska« med telovadbo nosila športna oblačila, ki so prvič razkrila njene noge. Posledica izpostavljanja ženskih nog pa je zahteva, da imajo gladke noge. V dvajsetih letih se tako začne neutrudno odstranjevanje dlak.

Po prvi svetovni vojni je postalo aktualno deško dekle s ploskim oprsjem (predadolescentno dekle), kar je žensko populacijo srednjih in višjih slojev sililo k povezovanju prsi z namenom, da bi sploščile svojo silhueto. Oblačila so bila v tem obdobju pretirano enostavna, brez oblike, z moškim pridihom, niso poudarjala telesnih oblin in so sploh odklanjala ženskost. Obdobje nedoraslih deklet je najbolj znano po odsotnosti sekundarnih spolnih značilnosti, razlaga Kuharjeva (2004). V tem obdobju je prvič prišlo do motenj hranjenja, saj so ženske ideal »brez prsi in bokov« poskušale doseči s strogo vadbo in stradanjem. V 30-ih letih 20. stoletja se je oblikoval ideal širokih ramen in ozkih bokov po filmski divi Greti Garbo, v 40-ih in 50-ih pa je bila vodilna lepotica Marilyn Monroe, ki je s svojim obrazom in postavo, platinastimi lasmi, ozkim pasom in senzualno govorico telesa sinonim povojnega hollywoodskega glamurja.

Zanimivo je, kako je lahko predstavljala ikono telesnega ideala pri 168 centimetrih in 60 kilogramih, saj dvajset let kasneje nikakor več ne bi ustrezala idealu vitkosti.

Leta 1960 je angleška modna ustvarjalka Mary Quant predstavila modele izredno kratkih kril in z mini modo podrla še zadnje tabuje k osvoboditvi in načinu oblačenja žensk. V 60-ih letih se je torej pozornost preusmerila na noge in zadnjico. Kavbojke, mini krila in bikini zahtevajo vse bolj ozke boke in vitke noge.

17-letna manekenka Lesly Hornby Armstrong, z vzdevkom Twiggy, ki je zaslovela v 70-ih, je uveljavila novo normo, saj je pri 170 centimetrih tehtala borih 40 kilogramov. »Twiggy je videti, kot da bi jo močan veter prepolovil in treščil na tla« (Wolf 1991: 184). Kot opisuje Kuharjeva (2004), je imela Twiggy povsem deško postavo in frizuro. Za razliko od prejšnjih modelov je prihajala iz delavskega razreda, česar ni skrivala.

Vitkost se je tako začela dojemati kot ključ, ki lahko ženskam iz delavskega razreda omogoči, da prestopijo dane okvire. Twiggyine velike oči in suho telo postavijo nove standarde za žensko lepoto, vendar je Twiggy predstavljala le sebe, njena osebnost pa je bila premalo zanimiva, da bi vzdržala pozornost občinstva. Novim zahtevam, da naj telo izgleda gibčno, zdravo in suho, Twiggy ni zadostila, zato se je že pri 19-ih umaknila iz modnega sveta.

V 80-ih se pojavi manija fitnesa, ideal ženske lepote tako postane Jane Fonda, z vitko, a čvrsto postavo (Kuhar 2004). Modna postanejo široka ramena, tako da se precej žensk začne ukvarjati z bodibildingom, preostale pa si pomagajo s podloženimi rameni. Konec 80-ih ne prinaša novosti in provokacij, prevladujejo konvencionalne in zdolgočasene podobe. V 90-ih letih se ponovno pojavijo ekstremno suhi modeli, podobni Twiggy, slednjo nadomesti Kate Moss. Na začetku desetletja se popularizira »grunge« stil, ki prikazuje telo popolnoma realistično, z vsemi njegovimi napakami. Kot pravi Kuharjeva (2004), v poznih 90-ih pride do t.i. »heroin looka« oz. heroinske elegance. V tem obdobju so modne hiše najemale zelo suhe modele, ki so ustrezale stereotipu uporabnikov heroina – črna ličila za oči, modre ustnice, lasje brez leska. Novo, tretje tisočletje prinese ponovno nov odnos do telesa in oblačenja.

Gola koža ni več skrita, prej nasprotno, vse več je tetovaž, prebadanja telesa (piercinga) z izrazito individualnim sporočilom.

Kot vidimo, je vsako obdobje v zgodovini imelo svoj ženski lepotni ideal, ki so se mu ženske različnih slojev in statusov poskušale približati.

3. FOUCAULT: DISCIPLINIRANJE TELESA

Francoski filozof Michael Foucault je velik del svojih teorij posvetil prav odnosu med družbo in telesom. Zagovarjal je stališče, da je oblast nad telesi individuumov nenehno prisotna. Telo je nekaj, kar je konstruirano z diskurzom, ali kot pravi avtor sam: »V vsaki družbi obstajajo mnogoteri oblastniški odnosi, ki prežemajo, opredeljujejo in konstruirajo družbeno telo, in ti oblastniški odnosi ne morejo biti vzpostavljeni, utrjeni in izvajani brez produkcije, akumulacije, cirkuliranja in funkcioniranja diskurza« (Foucault 1984: 29). Diskurz lahko razumemo kot koncept principov, ki ustvarjajo določen način razumevanja in ki podpirajo, generirajo in ustvarjajo odnose družbenega življenja.

Oblast Foucault razume kot nekaj, kar kroži in ni nikoli lokalizirano v rokah nekoga, temveč se uporablja in izvaja preko mreži podobne organizacije. Telo pa je rezultat učinkov te oblasti.

Majda Hrženjak (2002: 17) meni, da so prav tehnike samonadzorovanja in samodiscipline (t. i. mikrofizikov oblasti) tiste, ki proizvajajo telesa oz. določene tipe teles, kot so vitko, depilirano telo ipd.

Foucault imenuje tip oblasti, ki družbo spremlja in predstavlja temelj industrijskega kapitalizma, *disciplinirana oblast*. Politični aparat države ima danes veliko več vpliva, moči in kontrole nad posamezniki, kot jo je imel kdaj koli poprej. Vendar je diskurz nekaj veliko močnejšega, ima sposobnost, da zajame veliko večji prostor in celotno populacijo ter življenje ljudi. S tem pa ima lahko diskurz možnost večje kontrole nad posameznikom. Od 20. stoletja naprej moramo oblast razumeti kot silo, ki se prenaša preko šolskega sistema, zdravstva, tovarn, družin. Namen discipliniranja je povečati koristnost telesa. Foucault meni, da je telo prizorišče političnega boja ter osrednji mehanizem oz. neposredno žarišče socialnega nadzora. Osnova Foucaultovega razumevanja discipliniranja družbe predstavlja Benthamov model zapora - panopticum. Bentham je sistem pojasnil kot stolp s štirimi okni, ki imajo enosmerne šipe.

V stolpu so nadzorniki. Struktura periferije je iz celic, od katerih ima vsaka dve okni, eno je obrnjeno proti stolpu in drugo navzven. Zaporniki, ki so v celicah, nikoli ne vedo, kdaj so opazovani. Dejansko nadzorovanje je torej odveč, tisti, ki so nadzorovani, se obnašajo, kot da so opazovani in s tem izvajajo nadzor nad samim sabo. »Kdor je podrejen polju vidnosti in to ve, sam prevzame prisile oblasti; spontano jih uporablja na samem sebi; vase vtisne oblastno razmerje, v katerem igra obe vlogi: postane načelo svoje lastne podvrženosti« (Foucault 1984: 201). Po Foucaultu tako obstaja stanje »stalne vidnosti«, ki zagotavlja avtomatsko delovanje oblasti: zapornik postane svoj lasten ječar. Ženske, ki hujšajo, po Foucaultovi logiki, delajo to zato, da bi ugajale pogledu drugih. Z nadzorovanjem telesa se doseže nadzorovanje misli, s čimer postane zapornik tudi ujetnik svoje duše. Ženska, ki nadzira vsak svoj grižljaj, je podobna jetniku, ki se nadzoruje. Panoptični model tako razumemo kot metaforo za sodobno preokupiranost s telesi. Vitkost je postala norma in s tem eden od nadzornikov sodobnega časa. V sodobne mehanizme oblasti smo ujeti tudi takrat, ko domnevno ravnamo kot svobodni posamezniki.

Pomen, ki ga telesu pripiše Foucault, se kaže s tem, da avtor svoje delo imenuje »zgodovina teles«. Foucault meni, da so zgodovinarji telo obravnavali predvsem kot prostor fizioloških procesov, potreb in apetitov. Med drugim pa je telo »neposredno potopljeno v politično polje, oblastna razmerja ga neposredno zajemajo, investirajo, zaznamujejo, urijo, mučijo, prisiljujejo k delu, mu vsiljujejo ceremonije, zahtevajo od njega znake ...« (Foucault 1984: 30).

Foucault prouči delovanje oblasti na telo tako na ravni mikropolitike delovanja telesa kot na ravni makropolitike nadzorovanja populacij. Telo in populacija sta za Foucaulta mesti »okrog katerih se je razvila organizacija oblasti nad življenjem« (Foucault 1984: 112). Ne glede na prostor in čas je telo predmet, ki dobi smisel preko zunanjih sil.

4. SODOBNI ŽENSKI LEPOPNI IDEAL

»Popolno žensko telo je visoko med 162 in 170 cm, dolgonogo, zagorelo in živahno, predvsem pa brez grama odvečne maščobe« (Coward 1989: 27).

Cowardova meni, da je ideal lepega telesa temeljna točka soglasja med modo, oglasi in modno fotografijo. Obdobje »popolnega telesa« nastopi s Twiggy. Takšno telo, kot ga je imela Twiggy, je podvrženo samonadzoru in disciplini. Prizadevanje mnogih žensk, da bi dosegle moderno vitkost, je postalo rutinski del njihovega življenja. Revije ženskam svetujejo in dajejo nasvete v okviru metafizike oblasti, ki se nanaša na obvladovanje telesa, da naj ne jedo, naj več telovadijo ... Diete, nadzorovanje, kaj in koliko pojemo, občutek krivde za vsak grizljaj ter telovadba vplivajo danes na večino žensk. »Oblika telesa v zahodni družbi je vitka in opredeljena kot meso, ki je videti mišičasto, trdo, kjer se lahko uščipneš« (Coward 1989: 28).

Kot pravi Foucault, ženska telesa so postala krotka telesa, dovzetna za regulacijo, podreitev, preoblikovanje in izboljšanje. Ženska je danes osredotočena predvsem na preoblikovanje svojega telesa skozi zahtevne disciplinirajoče prakse (diete, ličenje in moda), ki normalizirajo žensko telo. Ženske bolj kot moški svojo pozornost usmerjajo v skrb za svoj videz, kljub temu, da vsi živimo v narcistični in vizualno usmerjeni kulturi. »Sodobni estetski ideal, ki mu ženske obsesivno sledijo, je postal središčno trpljenje v življenju mnogih žensk« (Bordo 1993: 14). Bordojeva poudarja fenomen vitkosti telesa in pravi, da je ukvarjanje z debelostjo, dietami in vitkostjo ena najmočnejših strategij normaliziranja, ki zagotavlja produkcijo samonadzorovanih teles, o čemer je pisal tudi Foucault. Bordojeva dodaja tudi pomembnost čvrstega telesa: »... biti vitek ni dovolj, meso namreč ne sme migati ...«. Idealno telo je danes tisto, ki je popolnoma napeto, obvladano in čvrsto; ki je zaščiteno pred notranjimi izbruhi in čigar notranji procesi so pod kontrolo. Mehka, mlahava ali tresoča področja so nesprejemljiva, tudi na izrazito vitkih telesih ne. Mišičasto in čvrsto telo je danes postalo kulturna ikona. Treniranje svojega telesa je postalo visoko cenjena dejavnost. Mišice niso več povezane z nižjim statusom, neintelligenčnostjo in brezčutnostjo, kot so bile nekoč. Obe avtorici, tako Bordo kot Coward, se strinjata, da je današnja družba *družba vitkosti*.

O vitkem telesu pa skorajda ni mogoče govoriti, če ne omenimo tudi čvrstosti.

Kadar govorimo o idealnem ženskem telesu, je vedno govora tudi o ženskih prsih, saj k idealnemu telesu sodijo tudi lepe prsi. Kakšne so idealne prsi, pa danes ni težko ugotoviti, saj živimo v družbi, ki jih ne skriva več. Danes se gole prsi povsem sproščeno in brez sramu pojavljajo v medijih, saj oglaševalci »ne morejo brez njih«.

V 60-ih letih je veljalo, da majhne prsi označujejo žensko emancipacijo, medtem ko danes oprsje predstavlja seksi neodvisnost in nepogrešljiv modni dodatek. Prsi so postale najbolj poudarjen del ženske anatomije in viden simbol ženskosti ter privlačnosti. Nedvomno pa je fetiš velikosti in oblike prsi družbeno - kulturno ustvarjen. Povešene prsi v številnih kulturah za naš okus niso lepe, veljajo za anomalne. Take prsi so zgolj v funkciji dojenja, nimajo vloge fetiša kot v moderni družbi (Kuhar 2004: 53).

Pogosto se o delih telesa govori v tretji osebi kot o območjih, ki niso ženska. Bordojeva (1993) ugotavlja, da sta oblika in velikost telesa postali znamenji emocionalnega, duševnega in moralnega stanja posameznika. Debelost naj bi kazala na pomanjkanje volje in ambicij, nezdravje ter nedisciplino. Statistično pa ima naraven potencial za raven trebuh, vitka stegna in popolno oprsje samo en odstotek žensk (Kuhar 2004: 42). Torej ima predispozicijo za telo, kot ga ima Barbika, le ena od 100 žensk. Punčka Barbie je priljubljena igračka, ki se množično prodaja po vsem svetu, obenem pa v povprečni ženski vzbuja neprijeten občutek ravno zaradi svoje popolnosti. Obraz idealne ženske sodobnega časa ne sme kazati znakov staranja, koža pa mora biti čista in spočita. Težko je določiti en sam tip ženske, ki bi veljal za popolnega. Mešanje kultur in življenjskih stilov se odraža tudi v pestrosti telesnih oblik. Vse pogosteje je prisoten eksotičen videz teles, ki ga predstavljajo medijske zvezde, kot so Naomi Campbell, Jennifer Lopez, Hale Berry itd.

Merila, kakšna ženska je lepa, postajajo vse bolj globalna. Dejstvo pa je, da so sodobni standardi telesnih idealov veliko žensk pripeljali ne le do nenehnega razmišljanja o lastnem telesu, temveč tudi do spreminjanja dnevnih navad za doseganje družbeno pričakovanega telesnega videza.

4.1 Nezrelo telo je lepo telo?

Coward (1989: 28) pravi, da telo, ki ga predpisuje zahodna družba, močno spominja na obdobje adolescence. Gre za različico nezrelega telesa oz. za ideal starejše ženske, ki ohranja postavo mladostnice. Vrednotenja nezrelosti so povezana tudi s prizadevanji, da bi bilo žensko telo spolno privlačno.

Tipičen primer takega telesa je telo manekenke Kate Moss. Idealiziranje nezrelosti potrjuje izredna vitkost (ki pogosto preide v anoreksijo), britje nog in pod pazduh, kar odstrani dokaze, da je deklica že dosegla puberteto. Dlake so v naši družbi nezaželene in veljajo za grde.

V 20-ih letih prejšnjega stoletja se je začelo neutrudno odstranjevanje dlak. S povojno emancipacijo žensk, z novo modo in ukvarjanjem s športom postane razkazovanje nog sprejemljivo za ženske vseh razredov in starosti. S tem postanejo noge tarča javnega pogleda, kar od žensk zahteva, da so noge gladke oz. pobrite. Pojavljati se začnejo oglasi za depilacijske pripomočke, ameriške tovarne pa se lotijo oglaševanja britja dlak pod pazduho (Brownmiller v Kuhar 2004: 34).

Tak ideal ženske (najstnice?) je podoba, ki nedvomno izraža nemoč. Krhka pubertetniška postava nikakor ne more predstavljati vpliva in moči. Cowardova (1989: 30-31) se sprašuje, zakaj poskušajo ženske slediti telesnemu idealu, ki je tako daleč od povprečnega ženskega telesa. Zakaj se ženske ne uprejo manipulaciji, ki jo izvajajo mediji? Avtorica meni, da je gnus nad debelostjo in nad mesom najpomembnejši mehanizem, ki ohranja neprestano ukvarjanje s telesom. » Ko pridemo do tega, zvenijo zalita, okrogla, polna kot olepševanje za debele in torej vsebujejo negativne konotacije. Nobena noče biti zalita, ko bi lahko bila čvrsta; to bi bilo, kot da bi se odločila, da bo rajši neumna kot pametna « (Coward 1989: 31).

Jezik, ki se nanaša na žensko telo, je razvil pomene, ki jim sledi kaznovalen in sovražen odnos žensk do svojih teles. O telesu se pogosto govori po delih, zlasti o problematičnih področjih, kar lahko postane podlaga za mazohističen oz. kaznovalen odnos do telesa. Odpor žensk do lastnih teles lahko postane patološki, saj se debelost v naši družbi obravnava kot bolezen, zdravilo pa je mučenje telesa: telo je treba gnesti, ščipati, zvijati, ožemati. Za dober videz je treba trdo delati, telo mora trpeti zaradi svoje preobilnosti (Coward 1989: 31).

»Skoraj tako je, kot da bi ženske morale kaznovati same sebe za to, da sploh obstajajo ... Videti je, kot da bi se morale kaznovati, ker so zrasle in odrasle, ter da njihova odraslost vidno mlahedra okrog njihovih teles.

Kot da bi ženske čutile, da so preveč obilne, da zavzemajo preveč prostora, da so prerasle meje, ki so jim bile določene« (Coward 1989: 32).

Lepotne prakse drugih kultur (vstavljanje ploščic v usta, raztezanje vratu z medeninastimi obroči itd.) ali lepotne prakse iz zgodovine (povezovanje stopal, korzeti, širok pas za kimono ...) se nam danes zdijo nečloveške. Pa vendar se lahko upravičeno vprašamo, če je v današnji družbi kaj bolje.

Naša kultura je čas lepotnih operacij, stradanja, vrtoglavo visokih pet. Večina teh praks ni prijetnih za ženske, marsikatera povzroča trpljenje (liposukcija, diete, pretirana vadba). Očitno je občutek, da je za lepoto potrebno potrpeti, že od nekdaj prisoten v ženski (naravi).

Opazila sem, da neredko pride do paradokсне situacije, ko se ženska na eni strani neutrudno ukvarja s telesom (sama temu pravim ukvarjanje same s seboj) z namenom, da bi imela telo, kot si ga zelo želi. In ko do te točke pride, je cilj dosežen. Paradoks je v tem, da je situacija ravno obratna. Telo žensko »požre«, ne pusti ji oditi stran. Ženska se na ta način znajde v začaranem krogu, saj se vse vrti okrog njega – Telesa. Življenje pa teče naprej. Zanimivo vprašanje je, koliko mesecev, morda celo let, nameni povprečna ženska razmišljanju in posvečanju telesu. Mislim, da bistveno več, kot si večina žensk sploh upa pomisliti.

4.2 Feministični pogledi na telo

Konec 60-tih let prejšnjega stoletja se je v ZDA, kasneje tudi drugje po svetu, pojavil val feminizma. To je bil odgovor na 50-ta leta, ko so mediji predstavljali žensko kot mater, gospodinjjo in kot žensko, ki zmora prav vse. Obenem je pa bila takšna ženska diskriminirana in poniževana. Ženske aktivistke so l. 1965 v ZDA ustanovile Državno združenje za ženske, z namenom, da bi vplivale na odločitve vlade pri ženskih vprašanjih (Wolf 1991). Feministke so opozarjale na vsakdanje težave žensk (zlasti na nasilje, revščino itd.) ter na pravico žensk do enakih pogojev. Zanimalo pa jih je tudi, kaj je tisto, kar vzdržuje moško prevlado nad ženskami. Žensko telo postane na tak način predmet različnih študij.

Kathy Davis (1994) vidi krivca v sistemu družbenih lepotnih norm, ženske pa kot žrtve lepote in ideologije o ženski manjvrednosti. Za Davisovo je lepota idealen način, s katerim drži družba ženske na vajetih, ker ženske slepo verjamejo, da lahko z vzdrževanjem svojega telesa dosežejo nadzor tudi nad svojim življenjem.

Kuharjeva (2004: 66) omenja feministične avtorice, kot so N. Wolf, S. Bartky, K. Cherin, ki prepoznavajo žensko kot žrtev družbe, ki ženske nadzira ravno preko njihovih teles. Pri ženskah se skozi proces socializacije enači njihova telesna podoba z občutki lastne vrednosti. Poznamo tri feministične pristope, kot jih navaja Kuharjeva:

1. Liberalnofeministična perspektiva je najbolj uveljavljena in zmerna feministična smer. Po tej perspektivi se ženske, ki se želijo uveljaviti, srečujejo z večjimi težavami kot moški. Že deklince vzgajajo drugače kot fantke, namenjena jim je manjša družbena moč.
2. Liberalne feministke so se veliko ukvarjale s podobami žensk v medijih, predvsem v oglasih, saj naj bi takšne podobe podpirale zatiranje žensk.
3. Radikalnofeministična perspektiva meni, da žensko nezadovoljstvo in sovraštvo do lastnega telesa izvira iz odnosov moči med spoloma v družbi, ki je nenaklonjeno ženski. Feministke te perspektive so se borile za izbrisanje zgodovinsko pogojenih in patriarhalnih odnosov, ki so zatiralski. Po njihovem mnenju naj bi družbene zahteve po lepoti žensk izhajale še iz patriarhalnih odnosov, ko so z ženskami ravnali kot z lastnino ali živino.
4. Socialistični feminizem kritizira kapitalizem in njegovo spodbujanje nezadovoljstva z lastnim telesom, kar prinaša velike dobičke. Ženske zapravijo veliko denarja za obljube o lepšem telesu, ker pa se to izkaže za nedosegljivo, so obsojene na večno nezadovoljstvo.

Nadzorovanje ženske teže se je pojavilo v času, ko so ostale razlike med spoloma začele izginjati. To je tudi čas, ko nam vedenja ne določajo več institucije, kot so cerkev, država, družina pač pa množični mediji (Kuhar 2004: 68–71).

Wolfova (1991: 187–188) piše, da norma ženske vitkosti ni povezana z njeno lepoto, temveč z žensko pokorščino. Debate o tem, kako premagati žensko maščobo, so po Wolfovi, vojna med spoloma: koliko si bodo ženske izborile in koliko bodo izgubile. Diete so politično pomirjevalo za ženske, skrbi, povezane s težo pa vodijo do izgube samospoštovanja in občutka neučinkovitosti. Raziskovalki J. Polivy in C.P. Herman sta ugotovili, da dolgo in periodično omejevanje vnosa kalorij proizvede osebnost, ki je pasivna, prestrašena in pretirano čustvena. Dominantna kultura želi razviti prav te značilnosti pri končno osvobojenih ženskah. Wolfova meni, da ne moremo govoriti o lepoti, pač pa o politični prevladi.

R. P. Seid pravi, da je za 95 odstotkov žensk edini način, da postanejo zelo vitke ekstremna dieta. Attie in Brooks - Gunn pravita, da je normalno težek človek, ki je na dieti, čustveno, kognitivno in vedenjsko ranljiv, predvsem zaradi stresa.

Ženske torej z dietami resno ogrožajo svoje zdravje. Toda mediji so tisti, ki pogosto spodbujajo diete. V ZDA nameni industrija, katere kapital je pridobljen iz strahu pred politično močjo žensk, 33 milijard dolarjev samo ženskemu novinarstvu.

Anoreksična ženska je z vidika moško orientirane kulture popolna ženska, ker je šibka, brez želje po spolnosti, brez glasu in se s težavo osredotoča na svet nad svojim krožnikom (Wolf 1991: 196).

Ženske so, kot pravi Wolfova, skozi vso svojo zgodovino, trpele. Po kontracepcijski tabletki in legalizaciji splava v večini zahodnoevropskih držav so se ženske začele postopoma osvobajati. V tej odsotnosti bolečine je njeno mesto zavzela lepota. Danes *lepota boli*. Družba uporablja dvojna merila, kar se tiče spolov. Moške noge so namenjene hoji, ženske pa hoji in temu, da lepo izgledajo (Wolf 1991: 219–230).

Avtorica ne napada ničesar ob čemer se ženske dobro počutijo, ampak le tisto, kar jim povzroča bolečino in nelagodje. Pravi problem vidi v pomanjkanju izbire. Lepotni mit nas sili v določen kalup in ne dovoli niti najmanjšega odstopanja. Ali si notri ali pa zunaj. Mislim, da večina sodobnih žensk želi biti privlačnih in lepih. Zavedamo pa se, da je treba zadostiti normam lepotnega mita. V nasprotnem primeru nas bo družba zavrnila. Tako kot pravi učiteljica v razredu: »Žal, to ni dovolj. Ne delaš nalog, ne poslušаш med poukom, ne učiš se dovolj. Kar sedi, to je ena.«

Tudi če se ženske uprejo obstoječi, nepošteni ideologiji, če ji kljubujejo ali jo enostavno ignorirajo, ne morejo mimo zakoreninjenih in razširjenih predpostavk, da smo tisto, kar je naše telo. *Ukvarjam se s svojim telesom, torej sem.*

5. ŽENSKO TELO V MNOŽIČNIH MEDIJIH

Mediji imajo nedvomno zelo pomembno vlogo pri oblikovanju družbenih norm in vrednot. Telo, kot ga zahteva naša družba, se nenehno ogleduje v ogledalu, ki ga ponuja oglaševalska industrija. V medijih se reproducirajo prevladujoči ideali oz. zaželene reprezentacije ženskosti. Razloge za to lahko iščemo tudi pri ženskih revijah.

Ženske revije imajo pomembno vlogo pri konstrukciji ženskosti, saj nam vsiljujejo podobo »prave ženske«. So precej specializirane, vsaka pa cilja na določen tip ženske: ženske kot matere, gospodinje, mladostnice, modne ženske, poslovne ženske itd. Skupna tema tovrstnih revij pa je medikalizacija in discipliniranje žensk s poudarjanjem opazovanja, korekcije napak, treninga, nege in dekoracije telesa (Hrženjak 2002). Lepota je torej vsebovana v retoriki zdravja, zato je vpliv na bralko še bolj prepričljiv. Temeljno protislovje takšnih revij pa je, da kljub kritiziranju lepotnega mita slednjega ohranjajo in obnavljajo. Ženske revije dajejo bralkam nekakšen občutek povezanosti. »Kje drugje se ženske lahko počutijo pozitivno ali celo negativno povezane z milijoni žensk po svetu?« se sprašuje Wolfova (1991: 77).

Izjemno pomemben element ženskih revij je oglaševanje, ki si je preko vpliva na množične medije zagotovilo posreden, a zelo mogočen vpliv na družbo. Med najbolj pojavnimi objekti oglaševanja je prav gotovo žensko telo, ki nastopa v najrazličnejših oglaševalskih kontekstih (Legan 2005). Oglaševanje uporablja žensko telo kot medij za pospeševanje prodaje, ne samo za ženske, ampak tudi za proizvode, ki jih kupujejo moški. Propagandna sporočila danes ne prodajajo samo izdelka, temveč celotno ideologijo, ki stoji za oglasom. Največkrat gre za ideologijo, da morajo biti ženske privlačne moškemu spolu. Kuharjeva (2004) pravi, da lepo telo v oglasu po eni strani predstavlja željo, po drugi strani pa jo spodbuja: pri tem gre za trženje upanja in sanj. Spodbujanje žensk, naj se primerjajo z ideali, oglaševalcem omogoča, da izkoriščajo nezadovoljstvo žensk s svojimi telesi. Fotografije žensk v medijih so običajno idealizirani modeli fizične lepote in kot taki bralki povzročajo manjvrednostni kompleks. Oglasi obljublajo, da se je do zelenega telesa mogoče hitro dokopati, z nakupom tega ali onega proizvoda, od shujševalnih tablet do pripomočkov za telovadbo, kar zahteva malo napora, nudi pa veliko nagrado.

Vedno več je tudi prikritih oglaševalskih sporočil, ki se vpletajo med uredniško-novinarsko vsebino in niso jasno prepoznani kot oglasi. Prikrto oglaševanje je cenejše in pogosto tudi učinkovitejše, saj prikrto apelira na potencialne kupce (Legan 2005).

Podobe, ki jih oglasi razširjajo, so za večino žensk nedosegljive. In točno nedosegljivost jih naredi učinkovito marketinško orožje, poudarja Kuharjeva (2004). Oglasna vsebina prehaja od slabih občutkov pred uporabo izdelka k dobremu občutku po uporabi izdelka. Reklamirane izdelke torej kupujemo, ker upamo, da nam bodo pomagali doseči boljši videz, da se bomo po uporabi boljše počutile, saj smo »naredile nekaj zase«. Kuharjeva poudarja, da če bi oglaševalci prikazovali ženske stvarno, slednje ne bi občutile pritiska, da morajo kupiti točno ta izdelek.

Skrb vzbuja tudi to, da se ženske primerjajo s fotografijami, ki so pogosto retuširane, torej neverodostojne, kar ženskam povzroča soovraštvo do lastnega telesa. Vemo, da je v moderni družbi enostavno računalniško obdelati telo: ga stanjšati, razširiti itd. Če ima manekenka preširoke boke, jih enostavno zmanjšajo. Posledično je tudi koža vedno čista, lasje se lesketajo, oči svetijo, skratka telesa so vedno v najboljši formi. Modna fotografija je svoje nagnjenje do zunanega pripeljala tako daleč, da je začela prikazovati namišljen, idealen svet. Takih lepotnih standardov pa resnični ljudje ne morejo doseči.

Res je, da nas mediji zavajajo, ne moremo pa mimo dejstva, da nas neredko tudi osveščajo. Občinstvu ponudijo tisto, kar si samo najbolj želi. Zahteva po vitkosti je obremenjujoča, vendar pa se vsi zavedamo, da je vitko telo bolj zdravo.

5.1 Vpliv potrošniške družbe na žensko telo

Idealna telesa v medijih je izbrala sodobna potrošniška družba z namenom, da bi prodala čim več dobrin in storitev. O tem sta prepričani tudi Kaminova in Tivadarjeva (2002), ki pravita, da izbire v potrošnji in odnos do nakupovanja v veliki meri določajo socialnodemografski dejavniki. Ob tem dodajata, da so ženske glavne potrošnice, ki se na nakupovanje bolje spoznajo kot moški, obiščejo več trgovin, v njih preživijo več časa in kar je najpomembneje, kupijo več izdelkov. Oglasi so potemtakem sredstvo, ki poskuša uresničiti kapitalistično vizijo potrošniške družbe, in to je prodati čim več. Mediji so ekonomsko odvisni od dohodkov, ki jim prinaša oglaševanje, zato so prisiljeni objavljati oglase in promocijsko naravnane članke (Wolf 1991).

Kot piše Kuharjeva (2004), je zanimanje za telo izredno tržno in potrošniško naravnano. Potrošniški kapitalizem potrebuje potrošnike s celo vrsto osebnih potreb in želja, ki nenehno kritično ocenjujejo in spreminjajo svoje telo.

Kuharjeva dodaja, da je industrija ena izmed najmočnejših družbenih sil, ki promovirajo telesne ideale v zahodni družbi, pri čemer gre prvotno za ustvarjanje in ohranjanje problema, nato pa se zanj ponujajo rešitve. Med proizvajasko in potrošniško stranjo je težko najti ravnovesje. Oglasi nas nagovarjajo kot »shizofrenike«. V revijah so pogosto hkrati prisotna sporočila kako shujšati in recepti za redilno hrano. Ali pa slastna hrana na eni strani, dietni pripomočki pa na drugi strani. Paradoks sodobnega kapitalizma se kaže tudi v motnjah hranjenja. Za anoreksijo lahko rečemo, da predstavlja ekstremno samozanikanje, bulimija nebrzdano potrošnjo, ki ji sledi očiščenje, debelost pa reprezentira popolno vdajo želji in potrošnji (Kuhar 2004).

Kuharjeva meni, da si industrija pravzaprav ne želi, da bi ljudje dosegli privlačnost enkrat za zmeraj, saj je večno nezadovoljstvo zlata jama za zdravnike, strokovnjake za prehrano, aromaterapevte, strokovnjake za fitness, zdravo življenje itd. Iz komercialnih razlogov narašča tudi število področij telesa, ki jih je potrebno izboljšati; vsak delček telesa je sedaj izpostavljen podrobnemu pregledu ideala – ustnice, lasje, oči, trepalnice, nohti, lica, noge, stopala – vse to in še več zahteva svoj čas in primerne izdelke (Coward 1989). Prazaprav ni niti delčka telesa, ki ga v zahodni kulturi ne bi strogo analizirali, klasificirali in poskušali izboljšati (Hrženjak 2002: 24).

Po mnenju Kuharjeve (2004) podobe žensk odsevajo in reproducirajo moško dominacijo ter nadzor moških nad žensko seksualnostjo. Avtorica ugotavlja, da so se tako visoki standardi pojavili v času, ko so stare razlike med spoloma začele kopneti, zato je bilo potrebno postaviti nove kriterije, ki bi razjasnili, da ženske niso moški in da še vedno niso enakovredne. Koščene manekenke so se pojavile ravno v obdobju, ko so se ženske začele izobraževati in zaposlovati. S svojimi suhimi postavami so simbolično označevale žensko šibkost, nemoč in odvisnost, kar so patriarhalni ideali. »Ko se je torej za ženske javna sfera začela širiti, je družba od njih zahtevala, naj se skrčijo, naj dobesedno zmanjšajo svojo fizično prisotnost in brzdajo svoje apetite« (Kuhar 2004: 69). Kmalu po tem, ko so se ženske uspele nekoliko distancirati od ideala družinske in reproduktivne ženskosti, se je prednje postavila nova ovira – kult lepote, poudarja Wolfova (1991) in dodaja, da je današnji kult lepega telesa orodje kontoliranja ter sredstvo zatiranja žensk s strani moških in družbe. Moški naj bi tako ponovno pridobili nadzor nad ženskami, ki ga udejanjajo s funkcijo sodnika njihove teže in jih na ta način spravljajo v nezadovoljstvo s svojim izgledom.

5.2 Revije za ženske

Ženske revije so se začele pojavljati v poznem 17. stoletju kot priloge. Svoj razmah so doživele v 18. in 19. stoletju, ko so se ukvarjale predvsem z žensko kot »nežnejšim spolom«, ki kuha, pospravlja in skrbi za družino. Ženski so tudi prinašale novice iz javnega življenja, ki ga sama ni imela možnosti doživeti. V zadnjem desetletju 19. stoletja pa se je ženskim revijam pridružil še element ženske kot potrošnice, ki se v tovrstnem tisku ohranja še danes. Značilnost takih revij je, da združujejo ženske v eno skupno kategorijo: potrošništvo. Z nasveti, kako odpraviti tipične ženske težave, oblikujejo identiteto svojih bralk.

V zadnjih dveh desetletjih pa so se te revije preoblikovale v uredniško-oglaševalske sisteme. Podoba ženske, ki nam jo ponujajo, je dvoumna: razgledana in neodvisna potrošnica, ki z iskanjem zrcalnih podob v sanjskem svetu idealiziranih ženskih teles prostovoljno in z užitkom sodeluje v lastnem družbenem podrejanju (Hrženjak 2002: 11).

Poleg tega, da so ženske cilj oglaševanja, saj je ženska glavna potrošnica, so ženske tudi sredstvo oglaševanja. Ženske bistveno več oglašujejo proizvode kot moški. Res pa je, da večina proizvodov predpostavlja moški pogled. Ženske v reklamah so predstavljene tako, da privlačijo moške. Tista podoba ženske, ki je všeč moškemu, napeljuje ženske k nakupu izdelka. Po Foucaultu je to ena temeljnih tehnik discipliniranja ženskega telesa – ženska pod avtoriteto moškega pogleda (Hrženjak 2002: 18).

V drugih medijih pa razlika med pogostostjo pojavljanja med moškim in žensko ni tako očitna. Tisto, kar je bolj zanimivo je, kako so moški in ženske prikazani. Številne raziskave so ugotovile, da so ženske v medijih prikazane kot pasivne in odvisne, moški pa kot pametni, aktivni in samostojni. Dejansko lahko govorimo o stereotipih: ženska je mama, gospodinja, tajnica ali morda zapeljiva lepotica, moški pa je močan, zaščitniški in aktiven.

Wolfova (1991: 69) izpostavi revijo *Cosmopolitan* kot eno revolucionarnih revij 60-ih let. Novi val ženskih revij je prinesel individualističen, navdušujoč, jaz – zmorem ton, ki pravi, da si lahko najboljša in te nič ne more ustaviti, če si nekaj resnično želiš.

Poleg tega se te revije osredotočajo na osebne in ljubezenske odnose, ambicioznost in erotični apetit žensk. Seveda vključujejo tudi tipičen vidik ženskih revij: prispevke o dietah, negi kože, navodila o prehrani. Wolfova trdi, da s tem prodajajo najbolj smrtonosno verzijo lepotnega mita, ki jo je mogoče kupiti z denarjem.

Ženske popeljejo v fantazijski svet, kjer je kopalnica polna izdelkov za nego telesa; pričeske so popolne, koža gladka, garderobna omara pa polna modnih oblek priznanih blagovnih znamk, skupaj z ujemajočimi se čevlji in torbicami. Hladilnik pa je napolnjen z znano mineralno vodo in poln zelenjavnih jedi (Wolf 1991: 70). Zakaj je ženskam tako pomembno, kaj pišejo in prikazujejo ženske revije? Wolfova pravi, da ženske revije prikazujejo žensko množično kulturo. Tovrstne revije niso *samo* revije za ženske. Odnos, ki se vzpostavi med žensko bralko in njeno revijo, je povsem drugačen od odnosa, ki se vzpostavi med moškim in njegovo revijo. Ko moški bere revijo, mu ta predpostavlja samo enega izmed pogledov v pretežno moško – orientirani kulturi. Ko ženska bere svojo revijo, drži žensko orientiranost v rokah. Ženske revije pišejo v celoti o ženskah, za ženske, pišejo jih pretežno ženske in ženske skrbi obravnavajo zelo resno. To daje ženskam občutek povezanosti in solidarnosti.

Tudi sama občasno prelistam kakšno žensko revijo, saj imam občutek, da je potrebno obnoviti znanje, ki ga ženske dobimo že v najstniških revijah. Seznanim se z novimi izdelki, ki jih revija oglašuje, teme o negi, vadbi in dietah pa se v glavnem ponavljajo. Pa vendar ženske take prispevke vedno znova berejo. Kar je razumljivo, če nasvete upoštevajo, če pa nasvete ignorirajo, jih verjetno berejo samo zaradi boljšega občutka. Že z branjem se jim zdi, da so nekaj naredile. Menim, da je ženskam narejena velika škoda, ker je sodobni lepotni ideal tako težko dosegljiv in ker ne dopušča nobenih odstopanj. Posledica je namreč razočaranje, zafrustriranost in nezadovoljstvo žensk, kar se odraža tudi na drugih področjih. Je bistveno večji problem, kot si upamo ali pa želimo priznati.

5. TELESNE DISCIPLINE

»Lepotni ideali so vrnili ženskam to, kar so izgubile s tem, ko je Bog na zahodu umrl«
(Wolf 1991: 89).

Že v preteklosti so ljudje prakticirali diete, asketizem in druge telesne režime kot obliko kontrole nad telesi. Skrb za telo ni nastala s potrošniško kulturo, je pa znotraj nje doživela razcvet. V moderni družbi se telo vedno bolj dojema kot potrošno blago oz. nekaj, kar lahko kupimo. Kdor ima denar, si lahko privoščiti pogoste obiske v kozmetičnih salonih, redno telesno vadbo, kirurške posege in si lahko oblikuje telo v okviru svojih želja. Na račun nezadovoljnih posameznikov pa tovrstne storitvene dejavnosti služijo velike vsote denarja.

Pojem »telo kot projekt« pomeni, da smo sami odgovorni za svoje telo. Vsakdo lahko spremeni obseg in obliko svojega telesa po lastnem okusu, s projekti, kot so diete, telesna vadba, plastična kirurgija itd. Lahko dodamo tudi modo in kozmetiko, ki imata veliko vlogo pri doseganju ideala. Telo je projekt, ki se nikoli ne konča, saj temelji na konstantnem trdem delu. V nadaljevanju bom opisala nekaj najbolj pogostih načinov, kako se lahko približamo lepotnemu idealu, saj je le-ta daleč od naravnega in doseže ga lahko le peščica ljudi.

6.1 Estetska kirurgija

Ženske se v želji po dosegu popolnega telesa, ki ga zasledijo v medijih, vse bolj poslužujejo lepotnih operacij. Še več. Medijske vsebine vse bolj razpihujejo trend tovrstnih operacij, s tem pa ženske nagovarjajo k dosegu telesa, ki si ga močno želijo. Estetska ali lepotna kirurgija je sestavni del širše plastične kirurgije. Gre za željo po izboljšanju zunanega izgleda s preoblikovanjem lastnega telesa. Ljudem naj bi želeno telo prineslo tudi večjo samozavest in večje samospoštovanje. V reviji Viva je bil objavljen članek z naslovom *V ogledalu popolnosti*, kjer je zapisano, da se vse več Slovencev odloča za estetske posege. V zadnjih 10 letih je možno opaziti 10-odstotno povečanje števila estetskih operacij na leto. Najbolj pogosti posegi pri nas so, tako kot v drugih državah, operacije dojk, korekcije nosu, liposukcija, lifting obraza in korekcija vek. Najpogosteje se za takšne posege odločajo ženske: približno 90 odstotkov je žensk in samo 10 odstotkov moških (<http://www.viva.si/clanek.asp?IDm=21&ID=1048>).

Cilj estetske kirurgije je izboljšati videz obraza ali telesa in tako dati ljudem možnost postati srečnejši, zadovoljnejši, samozavestnejši. Kljub naštetemu se lahko zgodi, da kirurg nerealne pacientove zahteve zavrne. Redko se zgodi, da bi bil poseg tehnično neuresničljiv, odsvetujejo ga, če gre za neskladje med pacientovim in kirurgovim dožemanjem lepega ter v primeru, ko je pacientovo doživljanje lepega in privlačnega drugačno od sprejemljivih družbenih norm (<http://www.viva.si/clanek.asp?IDm=21&ID=1048>).

Lepotna kirurgija je odprla možnost tistim ljudem, ki si želijo radikalno spremembo svojega telesa. Kljub osveščanju ljudi o morebitnih zdravstvenih težavah, kljub dejstvu, da so posegi zelo dragi, se je samo v ZDA od leta 1960 kar dva milijona žensk odločilo za povečanje dojk. Zanimivo je tudi dejstvo, da je k popularnosti estetske kirurgije ogromno prispeval tudi napredek v tehnologiji. Največja prednost je, da rezultate lahko ob pomoči računalniške simulacije vidimo že pred začetkom posega (<http://www.viva.si/clanek.asp?IDm=21&ID=1048>).

Liposukcija postaja ena izmed najbolj priljubljenih tehnik estetske kirurgije. Gre za izsesavanje neželene maščobe iz trebuha, kolkov, zadnjice in nog. Wolfova (1991) navaja, da se je v letu 1991 več kot 130.000 Američank odločilo za ta poseg, zdravniki pa so izsesali kar 200.000 funtov (op. 1 funt znaša 454gr.) telesnega tkiva. Koliko bi ta številka znašala sedaj? Nedvomno veliko več.

Zaključila bom na nekoliko ciničen način, in sicer z navajanjem Cowardove (1989: 28), ki pravi, da nam estetske kirurgije ne ponujajo le zato, da bomo spremenili obliko svojega nosu, temveč tudi zato, da si damo odrezati kose mesa, ki se tako trmasto držijo problematičnih področij.

6.2 Telesna vadba

Gibanje telesa je učinkovit moderen način, kako nadzirati in disciplinirati telo. Šport je družbena praksa, ki jo povezujemo z zdravjem in vzdrževanjem telesa. Znano je, da rekreacija oblikuje vitko, čvrsto telo in kar je za sodobni svet najpomembnejše, telo brez odvečnih maščob, ki velja za privlačno. Velja tudi prepričanje, da so tisti, ki se rekreirajo, sposobni uspešnejše kontrolirati in obvladovati tudi druga področja svojega življenja.

Raziskave (Grogan v Kuhar 2004: 110) opozarjajo na različne motive za vadbo pri moških in ženskah. Moški pogosteje vadijo z namenom, da bi pridobili na fizični kondiciji, ženske pa, da bi ohranile ali zmanjšale težo.

Fizično aktivne ženske imajo tudi bolj pozitivno samopodobo, ugotavlja Kuharjeva. Antični ideal, *zdrav duh v zdravem telesu*, se je zlasti v 80-ih in nato v 90-ih ponovno uveljavil. Vitka postava ne pomeni samo zdravega telesa, temveč tudi zdrav um. Ukvarjanje s telesnimi aktivnostmi pomeni psihično relaksacijo, ki vrača življenjsko moč, zmanjšuje stres in napetost. Cash (v Kuhar 2004: 110) navaja štiri osnovne razloge za telovadbo:

- želja po fizični privlačnosti ali po tem, da bi shujšali,
- izboljšanje fizične pripravljenosti telesa, tega, kar telo zmore (vitalnost, gibčnost, moč) ter zdravja,
- izboljšanje razpoloženja in obvladovanje stresa,
- druženje in zabava.

Dejstvo je, da je gibanje dober način za doseganje pozitivne samopodobe in harmonije s telesom. Šport predstavlja osebni užitek tudi zato, ker pomeni čas zase ali za druženje.

6.3 Diete

Ženske so za prilagajanje lepotnemu idealu pripravljene prestajati bolečino in lakoto. Tudi v Sloveniji poznamo pregovor, *Za lepoto je treba potrpeti* (v angl. No pain no gain). Vitkost je v današnji zahodni družbi dominantna podoba ženskosti. Ženske se poslužujejo raznovrstnih diet za doseg vitkega telesa. Kako pogosto danes slišimo ženske različnih starosti govoriti o različnih vrstah diet. Ženske se namreč ves čas ukvarjajo s tem, kako bodo najlažje dosegle normo vitkosti.

Zavirškova (1995) pravi, da ima veliko žensk ritualiziran odnos do hrane, ki pogosto preplavi vse pore njihovega življenja. Zanimivo je, da pojem dieta, ki prihaja iz grške besede *diaita*, pomeni način življenja. Nekaterim ženskam dieta resnično pomeni način življenja, kateremu so podrejene vse dnevne aktivnosti. Mnoge ženske so prepričane, da niso dovolj vitke. Kot navaja Zavirškova, so razlike med oceno lastne debelosti in objektivnimi meritvami lastne teže osupljive. Mediji imajo pri tem pomembno vlogo, saj nas obsipavajo z nasveti o različnih dietah. Ponujajo predvsem hitre rešitve, kot npr. kako shujšati s tabletami, praški in čaji, priporočajo pa tudi specializirane klinike za hujšanje.

Feuerbach je dejal, da je človek tisto, kar poje. Ženska je torej takšna, kot je videti. Zunanja podoba ženske je simptom njenega značaja. To pomeni, če je ženska debela, ni preprosto samo debela, ampak ima šibek značaj in s tem vsem sporoča, da se ne zna nadzorovati. Nadzorovati ženska telesa pomeni nadzorovati njihove značaje, izbire in možnosti.

Ženske, ki menijo, da so predebele, imajo vedno občutek, da njihova debelost kaže šibkost volje in pohlep. Biti debel pomeni isto, kot da bi nosil tablo z napisom: »Ne morem obvladati svojega teka.« Ta občutek gojita industrija hujšanja in literatura o debelosti (Coward 1989). Kuharjeva (2004) pravi, da mnogi avtorji omenjajo v zvezi s trendom vitkosti dva paradoksa. Radikalni paradoks je, da v času, ko se kulturna preferenca po vitkosti stopnjuje, povprečna telesna teža in posledično debelost v povprečju naraščata. Drugi paradoks pa je v tem, da sedaj, ko je preskrba s hrano obilna, veliko ljudi na zahodu praktično strada. Diete, ki jih današnja kultura vitkosti tako povečuje, da so postale celo način življenja mnogih žensk, velikokrat povzročijo tudi motnje hranjenja.

6.4 Motnje hranjenja

Družba, v kateri živimo, zahteva vitkost kot osnovno lastnost ženske lepote. Povečevanje vitkosti pa lahko žensko privede do obsedenosti s hrano, posledično celo do motenj hranjenja. Zavirškova (1995) pravi, da motnje hranjenja govorijo o različnih stvareh: o zavednih ali nezavednih sporočilih, ki jih dobivamo v zvezi s samim seboj in z našim telesom, o mejah in premikanjih meja, o samokaznovanju, o nadzoru in kaosu ter o uklonitvi zaželenemu in predpisanemu.

Motnje hranjenja so nedvomno žensko vprašanje. Pojavljajo se v družbi, kjer ženske pazijo na svoj izgled, kjer vlada prav posebna podoba o ženskah, kjer je samozavest ženske odvisna od drugih (Zaviršek 1995). Vse to predstavlja sodobna zahodna družba, ki časti disciplinirano telo. Deklice že od majhnih nog učimo, da ni dobro, da so predebele, otroci se že hitro začnejo zavedati debelosti in jo zavračajo. Zelo zgodaj otroke naučimo, da je debelost grda, da so debeli ljudje leni in počasni, nepriljubljeni ter da morajo shujšati, če želijo lepo živeti.

Hrana je nujna za telesni razvoj, ne moremo pa zanikati dejstva, da je tudi zelo povezana z našo duševnostjo. Hrana postaja danes vedno pogostejši način »reševanja problemov«, prevsem pri ženskah, saj ženske v svojem telesu bolj trpijo kot moški. Zavirškova (1995) meni, da zaradi odvisnosti od hrane trpi že vsaka deseta ženska med 15. in 30. letom starosti. Leta 1989 so v Sloveniji zabeležili 44 primerov bolnišničnih zdravljenj zaradi anoreksije in bulimije, deset let kasneje pa skoraj 100. Od tega je 90 odstotkov obolelih mlajših od 25 let. Zavirškova dodaja, da tudi statistike za Evropo kažejo, da se je pogostost anoreksije povečala iz 2 na 5 odstotkov v starosti med 15. in 25. letom.

Motnje hranjenja so kulturno vezan sindrom, do katerega imamo ambivalenten odnos: na eni strani hrano neprestano ponujamo, a hkrati opozarjamo, da je ne smemo preveč jesti, saj se bomo zredili.

Če pogledamo v preteklost, lahko ugotovimo, da je bila beseda anoreksija v današnjem pomenu besede prvič poimenovana in definirana v Angliji, Franciji in v ZDA konec 19. stoletja. Beseda anoreksija se je bolj pogosto začela uporabljati po drugi svetovni vojni. Po letu 1970 pa je postala tudi predmet obravnave številnih strokovnjakov z različnih področij. Od 80-ih let prejšnjega stoletja govorimo o naslednjih motnjah hranjenja: anoreksija (zavračanje hrane), bulimija (preobilno hranjenje in bruhanje), kompulzivno prenajedanje (preobjedanje). Znotraj anoreksije ločimo med tistimi, ki ne uživajo hrane (restiktivna anoreksija) in tistimi, ki izmenjujejo stradanje s preobilnim hranjenjem, z uporabo odvajal in bruhanjem (bulimareksija). Vse več je tudi takih, ki nimajo prav nobenega nadzora nad hrano. Ko jedo, so to ogromne količine (ki jih običajno izbruha), ko pa imajo obdobje neješčnosti, stradajo (Zaviršek 1995).

Motnje hranjenja lahko razumemo tudi kot konflikt med tradicionalno žensko vlogo (ženska kot mati in kot gospodinja) in pričakovanji ter zahtevami moderne ženske (ženska, ki je uspešna tako v službi kot doma, povrh vsega pa še zelo dobro izgleda). Podoba »super ženske in super matere« večino žensk močno obremenjuje. Te idealizirane podobe se žal začnemo prezgodaj zavedati, saj v današnjem času hujšajo že najstnice. Včasih ekstremno hujšanje preide v motnjo prehranjevanja, pogosto je to anoreksija. Na tak način dekleta sporočajo, da ne želijo odrasti in vstopiti v svet skrbi in odgovornosti. Situacija je bila nekoliko drugačna v nedavni preteklosti: mladi so želeli čim prej odrasti, danes pa se mladi bolj zavedajo, da prinese svet odraslosti obveznosti in veliko več resnosti. Pritisk, ki ga doživljajo dekleta, je še večji od pritiska, ki ga občutijo fantje, saj se poleg množice drugih težav pri dekletih pojavi tudi nezadovoljstvo s spreminjajočim se telesom. Pri tem igra družina zelo pomembno vlogo, zlasti mati. Če bo mama hčerko napeljevala k dietam in bo sama obremenjena s svojo telesno težo, je zelo verjetno, da se bo tak vzorec prenesel tudi na hčerko.

Motnja hranjenja je lahko tudi odraz neodobravanja materinega telesa, v smislu »nočem izgledati kot moja mama«. Najstnica ali mlajša ženska s tem sporoča, da ne želi sprejemati materinih nasvetov, ker želi biti drugačna, »boljša« od nje. Načeloma so anoreksična dekleta zelo pridna in ambiciozna, toda premalo samozavestna. Kako pomembna je vloga matere pri nastanku in razvoju anoreksije, je vprašanje potrebno dodatnih raziskav.

Mislím, da je mamin odnos do hčerkinega telesa ključen, saj je od tega v veliki meri odvisna tudi hčerkiná samozávest.

Tako kot vse zasvojenosti, so tudi motnje hranjenja zelo težko ozdravljíva bolezen. Anoreksija je najbolj opazna, saj se kaže v izredno nizki telesni teži. V nadaljevanju bom poskušala opisati, zakaj do te motnje sploh pride.

6.4.1 Anoreksija

Vprašanje, ki se nam zastavlja, ko vidimo anoreksično osebo je, zakaj do bolezni pride in zakaj izvajajo anoreksične ženske nad svojimi telesi tako stroge in nasilne prakse?

Teorija ponuja različne odgovore. Renerjeva (1998: 55–56) opisuje anoreksijo kot patološko kristalizacijo kulture, kot družbeno manipulacijo (ženskih) teles, kot enega izmed načinov razkazovanja razmerij moči med spoloma ipd. Bensonova (1997: 135) navaja tri različne klinične pristope k problemu anoreksije:

1. anoreksične ženske zavračajo svojo žensko identiteto, imajo odpor do vseh normalnih procesov in karakteristik ženskega telesa (menstruacije, zaobljenosti določenih delov telesa),
2. zavračanje hrane (izguba apetita) kot metafora za druge appetite (čustvene potrebe, seksualne želje),
3. vprašanje, kako si anoreksična ženska samo sebe predstavlja.

Bordojeva (1993) meni, da imajo anoreksične ženske odpor do ženskih oblin, trebuha, prsi in bokov, upor proti materinski in gospodinjski plati ženskosti, ki jo anoreksična ženska čuti kot kontrolo s strani svoje matere ter tudi kot upor proti pomanjkanju materine avtoritete zunaj sfer doma. Renerjeva (1998) anoreksijo vidi kot odpoved odraščanju, zrelosti, predvsem spolni zrelosti. Stradanje pa anoreksični ženski daje občutek moči in samonadzora. Ker zunanjih protislovij ne more nadzirati, se taka ženska odloči za samonadzor, s katerim si obeta doseganje avtonomije in svobode. Tako postane hrana neločljivo povezana z idejami avtonomije in moči. Bensonova (1997) pravi, da je obsedenost s hrano del realnosti vsakdanjega življenja, ki ima številne individualne razloge: iskanje identitete in razmejitve sebe do drugih, prisilni nadzor nad čustvi in občutki, želja po čim boljših rezultatih. Ustrezati idealu zaželjenega telesa pa je zagotovo močan dejavnik te bolezni.

6.5 Celulit

Celulit je ženski sovražnik številka 1. Vsaj tako nas prepričujejo številni oglaševalci v medijh.

To je slogan marsikaterega kozmetičnega podjetja, ki nas prepričuje, naj kupimo izdelek, ki bo odpravil ali vsaj zmanjšal nadlogo, imenovano celulit. Kaj je pravzaprav celulit?

To je podkožna maščoba, ki se začne nabirati v grudice, če je je preveč. Kako in kje se nabira, pa je odvisno predvsem od genov. Lahko ga odstranimo s terapijami in liposukcijo, vendar se bo maščoba ponovno nabrala, saj jo usmerjajo hormoni. Torej ostane celulit z nami celo življenje. Celulit ne ogroža našega zdravja, je le estetsko neprivlačen, posledično pa so ženske s celulitom zelo nesrečne. Nedvomno je celulit dobičkonosno sredstvo za celotno kozmetično, dietno in zdravstveno industrijo, saj naj bi okrog 80 odstotkov žensk na svetu *trpelo zaradi te nadloge* (http://med.over.net/za_bolnike/bolezni_clanki/celulit.php). Na tej spletni strani dobimo natančen opis, kako pride do nastanka celulita (tudi pomarančaste kože). Nasvet za odpravo ali zmanjšanje celulita je čim več tekočine (da se odplakne nesnaga iz telesa), veliko gibanja, masaže za boljšo cirkulacijo, obkladki z ledom na prizadete dele telesa.

Celulit ni samo *bolezen moderne dobe*, kot ga imenuje večina strokovnjakov, saj ga zasledimo že v francoski literaturi iz 19. stoletja. Pa vendar se takrat niso ukvarjali s celulitom kot se današnja družba, ki zahteva čvrsto, gladko in mišičasto telo.

Kozmetični saloni nam danes ponujajo popolne (t. i. holistične) programe za izgradnjo naše identitete, ki vključuje vse od kozmetične nege, hujšanja, masaže, pedikure, manikure, solarija, depilacije, odprave celulita itd. Seznam je resnično dolg. Za odpravo celulita so na voljo različne terapije, kot je presoterapija, električna stimulacija, aromaterapija, blatne obloge, zeliščne obloge itd. Ena terapija stane v povprečju 30 evrov, priporočljivo pa je imeti 10–15 terapij. Poleg tega je dobro jemati ustrezna prehranska dopolnila, ki preprečujejo nalaganje maščob na prizadeta mesta. Ne smemo pa pozabiti na kreme proti celulitu, ki gladijo kožo in razgrajujejo podkožno tkivo (<http://www.ave-zdravju-naproti.si/>).

Koliko časa, energije in denarja porabijo ženske za samo eno izmed številnih *napak*, ki jih imajo na telesu? Poleg nadležnega celulita ima veliko žensk preveliko telesno težo, težave s kožo, krhke nohte, težavne lase, prsi niso nikoli take, kot bi si želele, vsak dan se je potrebno urediti, namazati, skrbno izbrati oblačila, pokazati tisto, kar je lepo, skriti tisto, kar ni estetsko. Če bi se ženske ukvarjale z vsakim delom telesa, kot nam narekujejo strokovnjaki za ta področja, bi v kratkem času zapravile veliko denarja, časa in energije, predvsem pa samospoštovanje.

Zakaj ženske kupujejo kreme proti celulitu? Začnejo že relativno zgodaj, nekatere že v najstniškem obdobju, ker menijo, da je boljše preprečiti nastanek celulita kot pa ga kasneje zdraviti. Ko pridejo ženske v 30-ta leta, pa so te kreme v skoraj vsaki kopalnici. Ne glede na njihovo učinkovitost, jih ženske kupujejo, saj pravijo, da jim *ne morejo škoditi*. Poleg tega se s takšnim nakupom boljše počutijo, saj vedo, da so naredile nekaj zase. Taki izdelki neredko obtičijo v skritem delu kopalnice, saj se na tržišču pojavi že novi izdelek, ki žensko prepriča, da ga enostavno mora imeti, saj so dodane nove, bolj učinkovite formule. Oglašuje ga, jasno, popolna manekenka s čudovitim telesom. Ker se želi ženska približati lepotnemu idealu, izdelek običajno kupi, ne glede na ceno. Osebno to dojemam kot manipulacijo.

6.6 Kozmetika in moda

Kozmetika je sestavni del naših življenj, zlasti ženskih. Človeško telo je že od nekdaj bilo privlačno za dekoracijo, v modernem času pa si ne predstavljamo življenja brez kozmetike. Kozmetika ne vključuje samo ženskih ličil, temveč vse izdelke za nego telesa: šampone, mila maske, olja, pilinge itd. V ospredje bom ponovno postavila žensko, saj mora biti njena koža čista, gladka, prožna, mehka, brez dlak in gubic. Tudi moški morajo poskrbeti za svojo kožo, vendar je dovolj, če poskrbijo za navlaženost kože. Gubice so pri moškem dovoljene, saj so izraz šarmantnosti in življenjskih izkušenj.

Bartkyeva (1990: 70–71) opisuje, kaj vse morajo ženske početi, da zgledno skrbijo za svojo kožo. Poskrbeti morajo za zdravo, raznovrstno in redno prhrano. Izogibati se morajo maščobam in sladkorju. Piti morajo ogromno vode, izvajati obrazno telovadbo, morajo se izogibati močni izraznosti obraza. In seveda, uporabljati morajo vrsto proizvodov za nego kože. Kozmetična industrija ima veliko podporo v medicinskih krogih, saj na ta način pridobi kredibilnost pri potencialnih kupcih. Za prav vsako priložnost obstaja kozmetični izdelek, ki ga pogosto podpirajo tudi medicinski krogi (ko smučamo, se moramo mazati s posebno kremo proti izsušitvi kože, če imamo slab spomin, je potrebno jemati posebna dopolnila k prehrani itd.).

Umetnost ličenja je zelo stara dejavnost, ki jo vsaka kultura izvaja na lasten način. Globalna kozmetična industrija pa ponuja izdelke, ki nikoli v celoti ne izpolnijo naših pričakovanj. Ličila so v naši kulturi zakoreninjena, ženske si ne predstavljajo življenja brez njih. Ženskam dajejo ličila več samozavesti, same pravijo, da se počutijo lepše in privlačnejše.

Kozmetika je tudi ritual sodobne ženske, saj je to čas, ki ga ima samo zase. Temu ritualu pogosto sledi izbira pravega oblačila, zlasti, če se ženska odpravlja ven, med ljudi. Zelo pomembno je, kakšen vtis naredimo s svojim oblačilom, saj večino ljudi ocenjujemo glede na njihovo zunanost. Pri ženskih oblačilih, tako kot pri kozmetiki, ima erotična nota še posebej pomembno mesto. Ženske so že od nekdaj izbirale oblačila, ki so poudarjala tisto, kar je na njej lepega, s čimer je tudi sama zadovoljna. Na ta način ženske pritegnejo pozornost nasprotnega spola.

Barthes (v Slapšak 2005: 106) pravi, da je bolj privlačno telo, ki je napol skrito kot pa popolna golota. Modna industrija je v zadnjih desetletjih začela odkrivati vedno večji del ženskega telesa. Videli smo že vse: zadnjico, prsne bradavice, popek, popolnoma gola telesa. Modni oblikovalec John Galliano, ki v oglasih za Diorja ponuja dražljive podobe polgolih naoljenih teles z odprtimi usti, je nekoč izjavil, da se bo zanimivo ponovno obleči.

Danes torej postaja subtilna erotika oz. zakrivanje ponovno moderno. Izziv mode je, da v tej poplavi slogov vsakdo najde svojo identiteto in svoj stil. Tudi v modi so ženske pripravljene trpeti, da bi čim bolj izgledale. Nošenje visokih petk ne pomeni samo optično podaljšanih nog (kot ženske običajno trdijo), temveč tudi odpoved udobju zaradi lepšega videza. Dejstvo je, da se ženska z visoko peto hitreje utruji, težje premika, medicina je pa tudi dokazala številne zdravju škodljive posledice nošenja take obutve.

Ali lahko govorimo o ženskah kot žrtvah mode? Mislim, da lahko. Pa ne samo med žensko populacijo, pogosto so tudi moški, zlasti najstniki, zelo zvesti vsem modnim trendom. Čeprav danes govorimo o modi kot o različnih stilih posameznikov ter uporabljamo izraze, kot so individualni ali samosvoj stil, slišimo fraze »vse je moderno, če znaš to nositi«, ostaja moda v strogo določenih okvirjih. Tudi če se nekdo trudi biti drugačen in unikaten, običajno ne odstopa od jasno zastavljenih modnih smernic. Razlog morda tiči v tem, da je postala konfekcijska moda v zadnjih letih dostopna prav vsakomur, saj se je veliko evropske in ameriške proizvodnje preselilo na vzhodna, cenejša tržišča. Posledično so se oblačila pocenila, večina ljudi pa raje kupuje kvantiteto kot kvaliteto. Način razmišljanja, *raje več kot manj*, ne glede na kakovost izdelka, je vodilni slogan potrošniške družbe. Hitrejši tempo se odraža na vseh področjih našega življenja: več kupujemo, manj porabimo (ker nimamo dovolj časa), več mečemo v smeti. Kakšne bodo posledice takega početja, pa bo pokazal čas.

7. TELO KOT IZRAZ POSAMEZNIKOVE IDENTITETE

Živimo v družbi, kjer je celotna identiteta posameznika pogosto definirana zgolj preko njegovega telesa. Tako namreč izražamo sebe. Izgled telesa je postal eden izmed glavnih načinov izražanja posameznikovega jaza. Zlasti pri ženskah je telo postalo središče njihove identitete. Južnič (1998) pravi, da se mora človek v svojem telesu istovetiti, zato ga nadzoruje in obravnava, še posebej, ko želi lastno telo prilagoditi družbenim normam. Telo je namreč naša primarna identiteta, saj se v njem vidimo sami, prav tako nas v njem vidijo drugi. Južnič dodaja, da ostaja telesna identiteta edina, ki nam je dana z rojstvom. S telesom sporočamo svoj obstoj in prav zato ga človek poskuša spreminjati, saj z njim ni vedno zadovoljen. Gre namreč za težnjo uskladiti telo in njegove dele z družbenimi predstavami in kulturnimi pravili o tem, kaj je lepo telo. Največji vir nezadovoljstva je po Južniču napetost med realnim in idealnim telesom, kar predstavlja vir izjemne dramatike v človekovi identiteti.

Kuharjeva (2004) meni, da je pogosto celotna identiteta posameznika definirana zgolj preko telesa, telo pa je medij samopredstavljanja, samopromocije, samooglaševanja, tudi mesto družbene stigmatizacije, če odstopa od standardov sprejemljivosti. Mnogo avtorjev se strinja, da se je v 20. stoletju pojavil nov, narcističen tip posameznika, za katerega je značilna pretirana samozavest in nenehna zaskrbljenost glede svojega telesa.

Zaključila bom z ugotovitvijo, ki bo poskušala povzeti zadnje poglavje. Ves čas se primerjamo s podobami iz medijev, saj se nam idealna telesa neprestano ponujajo. Obenem pa postajata dietna in keep-fit industrija ogromen posel. Prav takšno predstavljanje telesa znotraj sodobne popkulture odraža individualizacijo telesa – vse več ljudi se ukvarja z zdravjem in obliko svojega telesa kot izrazom svoje lastne identitete.

7.1 Vplivi na (negativno) telesno samopodobo

Telesno samopodobo si različni avtorji različno razlagajo. Na splošno pa lahko rečemo, da si vsak posameznik oblikuje podobo o tem, kdo je in kakšen je. Cash (v Kuhar 2002) telesno samopodobo definira kot večdimenzionalno osebno stališče do lastnega telesa, zlasti do njegove velikosti, oblike in estetike. Tomorijeva (1995) se strinja, da predstava o lastnem telesu odločilno oblikuje človekovo samopodobo.

Kuharjeva (2002) meni, da telesna samopodoba pomeni percepcijo lastnega telesa, kako se počutiš glede svojega telesa in kako drugi zaznavajo tvoje telo.

Gre za subjektivno, osebno in družbeno konstruirano izkušnjo. Cash (2002) pa negativno telesno samopodobo opredeli kot nezadovoljstvo s telesom ali s posameznimi deli telesa. Pretirana zaskrbljenost glede telesne podobe lahko škodljivo vpliva na psihično stanje človeka in na kvaliteto njegovega življenja. Poudarja, da je potrebno ločiti med nezadovoljstvom s posameznim delom telesa, ki ne vpliva bistveno na kvaliteto posameznikovega življenja, in nezadovoljstvom, ki prizadene posameznikovo delovanje.

Kuharjeva (2004) loči med perceptivno, afektivno, kognitivno in vedenjsko motnjo. Perceptivna komponenta se nanaša na precejevanje svoje teže oz. na zmotno zaznavanje svojega telesa. Afektivna motnja se nanaša na vznemirjenost in anksioznost glede lastnega videza. Kognitivna komponenta pa predstavlja neresnična pričakovanja glede zunanje podobe, npr. želja biti podoben slavni osebi. Vedenjski vidik pa vključuje izogibanje situacijam, ki spodbujajo preiskovanje svojega telesa ali pripravljenost za določene aktivnosti, ki bi zmanjšale frustracije.

Tomoričeva (1990) je mnenja, da na oblikovanje odnosa do lastnega telesa zelo vpliva družina, zlasti v zgodnjem otrokovem razvoju, saj se v družini razvijejo prva vrednostna merila. Otrok od staršev dobiva sporočila o lastni vrednosti. Cash (2002) meni, da so starši pomemben dejavnik vpliva s hvaljenjem ali s kritiko postave svojih otrok. Prav tako otroku dajejo zgled: če sami namenijo veliko pozornosti svojemu telesu, se poslužujejo diet ali vadbe, s tem vplivajo na svoje otroke, da postanejo taki kot oni. Pozitiven oz. negativen odnos staršev do otrokovega telesa, izražen verbalno ali neverbalno, zelo prispeva k razvoju otrokove telesne samopodobe. Avtorica še posebej izpostavlja materin odnos do hčerkinega telesa. Dekleta se s svojimi materami pogosto identificirajo in od njih prevzamejo številne vzorce ravnanj, vključno z odnosom do telesa.

Dodala bi, da so dejansko vsi člani družine pomemben dejavnik pri oblikovanju odnosa do telesa. Oče, predstavnik moškega spola v družini, neredko igra še pomembnejšo vlogo kot mama, saj je njegov ženski lepotni ideal pogosto merilo odraščajoči hčerki. Če bo oče hčerko dojemal kot predebelo ali neprivlačno, bo to zelo vplivalo na hčerkin (negativen) odnos do telesa. Tako mama kot oče bi morala otroku dajati pozitivno spodbudo, ga usmerjati k pravilnemu načinu prehranjevanja in k športnim dejavnostim. Sama bi morala biti dober zgled, saj v nasprotnem primeru ni pozitivnega učinka.

Naš način življenja, odnos do stvari, način razmišljanja – vse to je dobra ali slaba popotnica za naše otroke.

Ne smemo pa pozabiti na odnos ostalih članov družine, kot so bratje, sestre in ostali. V mnogih primerih so starejši bratje tisti, ki imajo žaljiv, zbadljiv in popolnoma neprimeren odnos do sestrinega telesa. S tem lahko naredijo nepopravljivo škodo. Tisti člani družine, ki so bolj samozavestni glede svojega izgleda včasih nesramno žalijo člane družine, ki ne ustrezajo zahtevam sodobne družbe. Tako se pogosto zgodi, da mož žali ženo, otroci (zlasti hčerke) mamo, starejše sestre mlajše itd.

Opažam, da so današnje generacije mladostnikov manj dovzetne za nasvete staršev, kot so bile včasih, vedno bolj pomembna postajajo mnenja sovrstnikov in medijev. Mladi svoje starše običajno označujejo kot staromodne in menijo, da so se časi spremenili ter da njihovi starši popolnoma drugače razmišljajo kot oni.

Poleg osebnih stališč, ki jih imajo družinski člani, moramo izpostaviti tudi norme in merila kulture, katere del je družina. Tako Kuharjeva kot Tomorijska se strinjata, da je telesna samopodoba v mnogočem odvisna od meril sociokulturnega okolja. Mediji promovirajo idejo, da ženske lahko oz. morajo kontrolirati svoje telo, svojo težo in svoj apetit. Medijskim vplivom so še zlasti izpostavljene najstnice, saj v tem obdobju doživljajo tako fizične kot psihične spremembe. Kuharjeva (2002) dodaja, da identitete niso oblikovane le v interakcijah z medijskimi podobami, temveč je v igri veliko različnih faktorjev, ki v medsebojni interakciji vplivajo na posameznikovo ranljivost. Meni, da drug drugemu nastavljamo zrcala in se v njih ogledujemo. Pri zrcalni oceni gre za predstavo o tem, kako nas vidijo drugi, kar pa pomembno vpliva na oblikovanje lastne samopodobe. Od staršev, sovrstnikov, sodelavcev, partnerjev, bratov, sester in ostalih neprestano dobivamo povratne informacije glede našega izgleda, in prav zaradi tega je zelo pomembno, da sporočila niso negativna. Kuharjeva pravi, da osebe, ki so bile v otroštvu deležne kritik in draženja zaradi videza, razvijejo dosti bolj negativno telesno samopodobo.

Tomorijska (1990) dodaja, da izkušnje z zunanjim videzom ostanejo in ohranijo vtis o človekovem samovrednotenju tudi po tem, ko se videz spremeni na boljše ali na slabše. Ženske, ki shujšajo, živijo v nenehnem strahu pred kilogrami. Večina se odloči za vojaško disciplino – preštevajo kalorije, izredno pazijo na to, kaj jedo in redno telovadijo. Vsak novi kilogram bi namreč pomenil en korak nazaj, posledično tudi padec samospoštovanja.

Živimo v takem času in v takem okolju, kjer se praktično vsi podrejamo merilom okolja in svoje telo doživljamo preko družbenih pravil.

Naše telo ni v vakumu, temveč sobiva, komunicira, daje in sprejema. Je del nas samih in s svojim telesom veliko povemo o sebi. Mnogi menijo, da je v današnji družbi videz zmagal nad vsebino. S tem se lahko le delno strinjam, saj je tudi videz del te vsebine. Tvorita celoto in ne moreta eden brez drugega. Res pa je, da moramo postaviti mejo, do katere smo se še pripravljani ukvarjati s svojim videzom. Pomembno vprašanje je, kako pomembna je za nas vsebina? V tako hitrem tempu življenja, kot ga živimo v sodobni družbi, je težko uskladiti »vsebino in embalažo«, zlasti za ženske, saj so neumorno razpete med službo, družino in skrbi za svoje telo. Sama sem dokaj optimistična in močno upam, da bo trend obsedenosti s telesom postopoma pojenjal. Za vsakega od nas pa je najbolj pomembno, da se v svoji koži dobro počutimo, ne glede na pritiske in mnenja okolice.

8. EMPIRIČNI DEL

8.1 Opredelitev problema in cilj raziskovanja

Ali je v današnjem svetu, ki postavlja telo na piedestal in ga časti kot najvišjo vrednoto, sploh možno biti zadovoljen s svojo zunanostjo?

Pogosto v medijih beremo, da imajo tudi vrhunske manekenke težave s celulitom, s težo, nečisto kožo, nekatere niso zadovoljne s svojo zadnjico, nogami itn. Tisti ljudje, ki si lahko privoščijo estetsko kirurgijo, si lahko do neke mere izpolnijo skrite želje. Pa vendar ne moremo mimo dejstva, da je večina teh frustracij bolj v naših glavah kot resnični problem. Najbolj zaskrbljujoče je, da se tovrstne frustracije pojavijo zelo zgodaj v otroštvu, še posebej pri dekletih. Ta starostna meja se danes tako hitro pomika, da so že 7 ali 8 - letne deklice zaskrbljene glede svoje teže.

Zakaj se strah pred prekomerno težo pojavi tako zgodaj? Vzroke lahko iščemo, in jih tudi najdemo, v moderni družbi. Večina staršev, vključno z mediji in šolo, vzgaja otroke v duhu zdravega telesa. Zdravo je danes enako vitko. Vse, kar je izven tega okvirja, družba zavrača kot nepriljubljeno in nezaželeno. Pogosto se prekomerna teža smatra tudi kot znak slabosti in slabe discipline.

Beseda debel je ena bolj osovraženih besed današnjega, z vitkostjo obsedenega sveta. Vse, kar je debelo, ima slabšalni prizvok (tudi hišni ljubljenci morajo imeti primerno težo). Nihče si ne želi biti debel, saj ga bo okolica kritizirala, posledično pa se bo tudi sam slabo počutil.

Take občutke prav gotovo vsi poznamo, saj smo vsi imeli (ali pa morda tudi sami bili) debele sošolce (*bajsije*), ki so bili tarča posmeha. Ker se telo najstnika zelo hitro in dramatično spreminja, so mladostniki skupina, ki je izredno občutljiva na pripombe okolice. Frustracije, ki jih najstnik v tem obdobju doživlja, lahko pustijo pečat v njegovem nadaljnjem življenju in razvoju. Kako najstnik doživlja svoje telo in kako se odnos do telesa z leti spreminja sta tudi glavni temi mojega empiričnega dela. Izbrala sem tri različne starostne skupine: dijakinje, študentke in zaposlene ženske. Pri vseh treh skupinah me je zanimalo, ali so zadovoljne s svojim telesom, ali želijo shujšati, kaj jih najbolj moti na lastnem telesu, koliko časa namenijo negi svojega telesa ter kdo vpliva na ideale v zvezi z lepim telesom.

Pridobljene rezultate sem nato primerjala. Tisto, kar me je najbolj zanimalo je, ali starost vpliva na samopodobo ženske oz. v kolikšni meri se z leti odnos do telesa spremeni.

Na podlagi opredeljenega problema sem določila tri raziskovalne hipoteze:

Hipoteza 1

Večina žensk, ne glede na starost, želi shujšati.

Hipoteza 2

Zaposlene ženske so najbolj zadovoljne s svojo zunanostjo, sledijo jim študentke in nato dijakinje.

Podhipoteza 2

Vse ženske, ne glede na starost, najbolj motita prevelika telesna teža in celulit.

Hipoteza 3

Dijakinje in študentke namenijo več časa svojemu videzu (za ličenje, urejanje pričeske, oblačila in telovadbo) kot zaposlene ženske.

8.2 Metodologija

Metoda, ki sem jo uporabila, je kvantitativno empirična. V vzorec sem vključila 90 žensk in jih razdelila v 3 skupine. V vsaki skupini je 30 žensk - anketirank. V prvi skupini so dijakinje ljubljanske strokovne šole, ki so stare od 15 do 18 let. Anketiranje sem izvedla s pomočjo profesorice, ki na tej šoli poučuje in mi je tudi pri sami izvedbi anketiranja pomagala. Vprašalnike sem razdelila v prvem in v tretjem letniku. Dijakinjam sem razložila, kakšen je namen in pomen anketiranja in jim bila ves čas na voljo med anketiranjem, ki je trajalo približno 15 minut. Dekleta so bila pripravljena sodelovati in so vestno ter natančno izpolnila ankete.

V drugi skupini so zajete študentke, ki so stare od 22 do 26 let. Vse študirajo v Ljubljani, prihajajo pa iz različnih koncev Slovenije. Ankete sem razdelila trem prijateljicam, ki študirajo na različnih fakultetah. Te so jih nato posredovale svojim sošolkam iz fakultete in jim tudi pomagale pri morebitnih nejasnostih. Ker je anketiranje študentk potekalo med, vsaj pri večini študentk, študijskimi počitnicami, sem izpolnjene ankete dobila šele po treh tednih.

V tretji skupini pa so zajete zaposlene ženske, ki so stare od 27 do 60 let. Nekatere imajo otroke, nekatere so brez otrok. Anketiranke te skupine so moje prijateljice, sosedice, sorodnice, sodelavke in znanke. Vse prihajajo iz Ljubljane ali njene okolice. Izpolnjene ankete te skupine sem zbrala v dveh tednih. Vse so bile v celoti izpolnjene. Končno število vrnjenih in izpolnjenih anket je bilo 90.

Anketo (glej Priloga- anketni vprašalnik) sem napisala na osnovi lastnega znanja in izkušenj ter po vzoru drugih anket. Anketo sem najprej predstavila strokovni presoji mentorice, nato pa v skladu z njenimi pripombami tudi dokončno oblikovala. Anketa vsebuje 18 trditev in 1 vprašanje. Vse trditve so zaprtega tipa, z možnostjo utemeljitve.

V trditvah od 1 do 3 me je najbolj zanimalo, ali so ženske (ne) zadovoljne s svojim telesom in če želijo shujšati. Spraševala sem tudi, kaj jih na lastnem telesu najbolj moti in koliko časa namenijo lastnemu telesu (kar zadeva ličenje, urejanje pričeske, telovadbo).

V trditvah od 10 do 14 me je zanimalo, kdo vpliva na njihove ideale o popolnem telesu, kako pogosto berejo ženske revije in ali se jim zdi, da je lepim ženskam lažje uspeli.

Zadnji sklop trditev, od 15 do 20, sprašuje, kako pomembna se jim zdi lepota v vsakdanjem življenju.

Zanimalo me je tudi, ali so raje lepe kot pametne, kaj so pripravljene narediti za lepo postavo ter koliko jim privlačen videz dejansko pomeni.

Zadnje vprašanje je odprtega tipa, saj anketiranke neposredno vpraša, kako bi izgledale, če bi imele čarobno palčko oz. kakšen je njihov lepotni ideal.

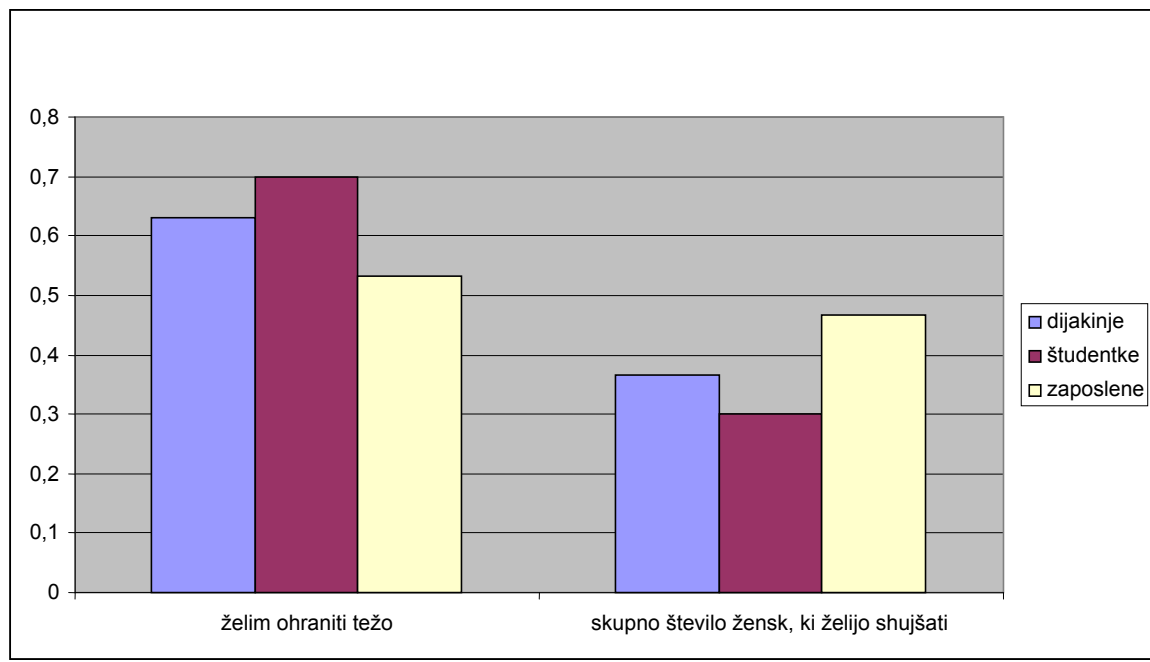
8.3 Rezultati in interpretacija

Hipoteza 1: Večina žensk, ne glede na starost, si želi shujšati.

Tabela 8.3.1: Razmerje med številom žensk, ki želijo shujšati in številom žensk, ki želijo ohraniti težo

HUJŠANJE	dijakinje	študentke	zaposlene	SKUPAJ
želim ohraniti težo	19	21	16	56
želim shujšati nad 5 kg	4	2	7	13
želim shujšati pod 5 kg	7	7	7	21
skupno število žensk, ki želijo shujšati	11	9	14	34

Graf 8.3.1: Razmerje med številom žensk, ki želijo shujšati in številom žensk, ki želijo ohraniti težo



Glede na dobljene rezultate si želi shujšati 34 vseh anketirank, 56 pa želi ohraniti sedanjo težo. Moja prva hipoteza, da si večina žensk, ne glede na starost, želi shujšati, torej ni bila dokazana. Podatek, ki se mi zdi zanimiv, je, da želi shujšati 14 zaposlenih žensk, sledijo jim dijakinje (11) in nato študentke (9).

Raziskava je pokazala, koliko žensk si *želi* shujšati, vendar na podlagi tega podatka ne moremo sklepati o njihovi obremenjenosti s telesom. Pomembno je razlikovati med nezadovoljstvom s telesom, ki ne vpliva bistveno na posameznikovo življenje in nezadovoljstvom, ki prizadene posameznikovo delovanje oz. njegovo zavest o sebi.

Tomorijska (1990) govori o čustvenem odnosu, ki ga gojimo do lastnih primanjkljajev. To je pogost pojav pri starejših ženskah, ki načeloma niso najbolj zadovoljne s svojim telesom, vendar temu ne pripisujejo posebnega pomena. Nekateri ljudje se celo odločijo, da ne bodo pristajali na družbena merila glede zunanjega izgleda. Na ta način simbolično izražajo nestrinjanje s prevladujočimi normami. Ni torej sporno, da smo nezadovoljni s svojim telesom, temveč da smo zaradi telesa depresivni, zafrustrirani, nedružabni in da se poslužujemo tveganih telesnih strategij.

Najvišji odstotek žensk, ki želijo shujšati nad 5 kilogramov, je med zaposlenimi ženskami. Razloge lahko poiščemo v starosti in v dejstvu, da ima večina zaposlenih žensk družino in otroke. Zaposlene ženske si želijo imeti par kilogramov manj, vendar se jim telo ne zdi niti življenjska prioriteta niti *projekt* kot je to pogosto pri mlajših ženskah.

Rezultati so pokazali, da želi shujšati več dijakinj kot študentk, kar sem tudi pričakovala. Večina deklet, v obeh skupinah, želi shujšati manj kot 5 kilogramov. Ta podatek se mi zdi zanimiv, saj gre za dekleta, ki imajo normalno telesno težo, želijo si pa shujšati zaradi vpliva vitkih in anoreksičnih deklet iz medijev. Večina dijakinj si želi telo brez grama odvečne maščobe, *z oblinami, tam, kjer morajo biti*. Odgovor na vprašanje, zakaj želi shujšati več dijakinj kot študentk, lahko poiščemo v obdobju najstništva, za katerega so značilne izrazite telesne spremembe. Le-te imajo pogosto za posledico pretirano ukvarjanje s telesom. Dijakinje so bolj nagnjene k negativnemu samoocenjevanju, primerjanju z vrstnicami, kar je lahko velik vir frustracij. Študentke pa že nekoliko bolj zrelo sprejmejo svoje telo in se večinoma sprijaznijo s svojo zunanjo podobo. Tomoričeva (1990) pravi, da človek z leti spreminja standarde po katerih se ocenjuje. Študentke so bolj selektivne, bolj kritične do potrošništva in dosti bolj realne. Moja raziskava je tudi pokazala, da se študentke, v primerjavi z dijakinjami, manj primerjajo z lepoticami iz medijev in da se jim zdi bolj pomemben zdrav izgled kot vitko telo. Zanimive odgovore sem dobila na zadnje vprašanje v anketi, in sicer sem anketiranke prosila, naj opišejo svoj lepotni ideal oz. kako bi same izgledale, če bi imele čarobno palčko. Veliko dijakinj je opisalo tipično lepotico iz medijev (vitka, visoka, dolgi lasje, modre oči, lepo oblečena, z oblinami, kjer moraj biti). Skratka, opis se ujema z igralkami kot so Angelina Jolie, pevka Ceca in druge medijske zvezde. Zaposlene ženske in študentke pa so večinoma napisale, da na sebi ne bi (skoraj) ničesar spreminjale. Morda bi imele samo kakšen kilogram manj. Na vprašanje za koga si želijo biti lepe, je večina žensk odgovorila, da predvsem zase, šele nato za ostale (partnerje, okolico in družino). Pri dijakinjah je nekoliko višji odstotek tistih, ki si želijo biti lepe za partnerja in okolico.

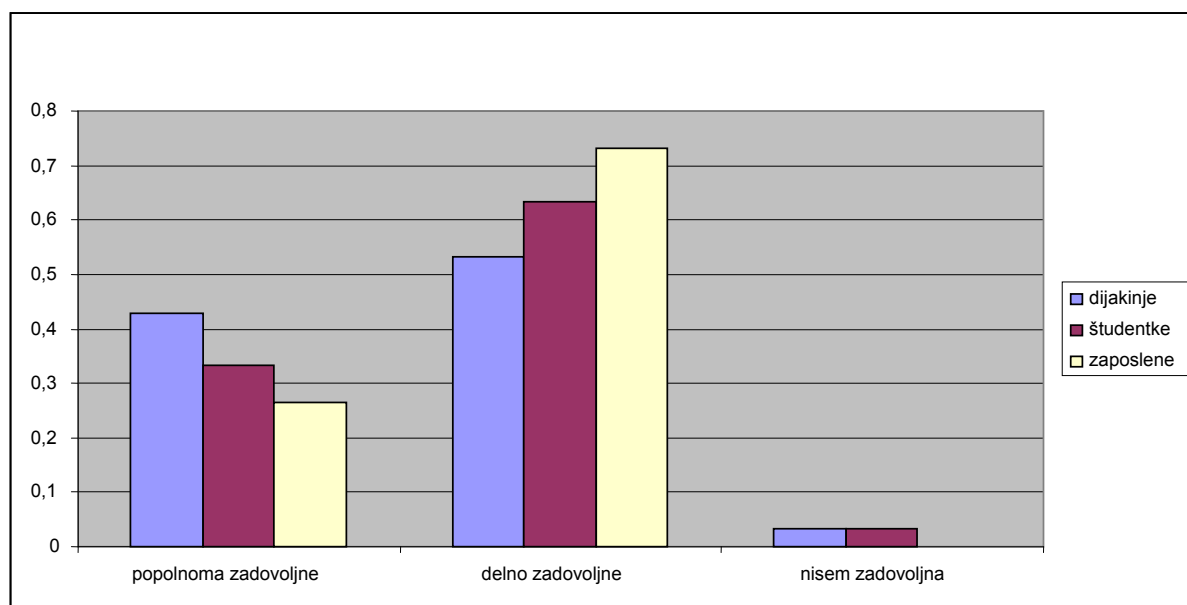
Če povzamem rezultate prve hipoteze: stanje ni tako zaskrbljujoče kot sem domnevala, saj je večina žensk zadovoljnih s svojim videzom. Starejše ženske, ki so načeloma bolj nezadovoljne s svojim telesom, pa telesni teži ne pripisujejo takega pomena, da bi to vplivalo na kvaliteto njihovega življenja.

Hipoteza 2: Zaposlene ženske so najbolj zadovoljne s svojo zunanostjo, sledijo jim študentke in nato dijakinje.

Tabela 8.3.2: Porazdelitev odgovorov glede na zadovoljstvo s svojim zunanjim videzom

	dijakinje	študentke	zaposlene	skupaj
popolnoma zadovoljna	13	10	8	31
delno zadovoljna	16	19	22	57
nisem zadovoljna	1	1	0	2

Graf 8.3.2: Porazdelitev odgovorov glede na zadovoljstvo s svojim zunanjim videzom



Rezultat, ki sem ga dobila, ni bil pričakovan. Predvidevala sem namreč, da so zaposlene ženske najbolj zadovoljne s svojim zunanjim videzom, rezultati raziskave pa so pokazali, da je ravno obratno - zaposlene ženske so najmanj zadovoljne s svojo zunanostjo. Samo 8 zaposlenih žensk je popolnoma zadovoljnih s svojim videzom, kar je zelo malo, če primerjamo s študentkami (10) in z dijakinjami (13), ki so najbolj zadovoljne.

Skupno je 31 vseh anketiranih žensk popolnoma zadovoljnih s svojim zunanjim videzom.

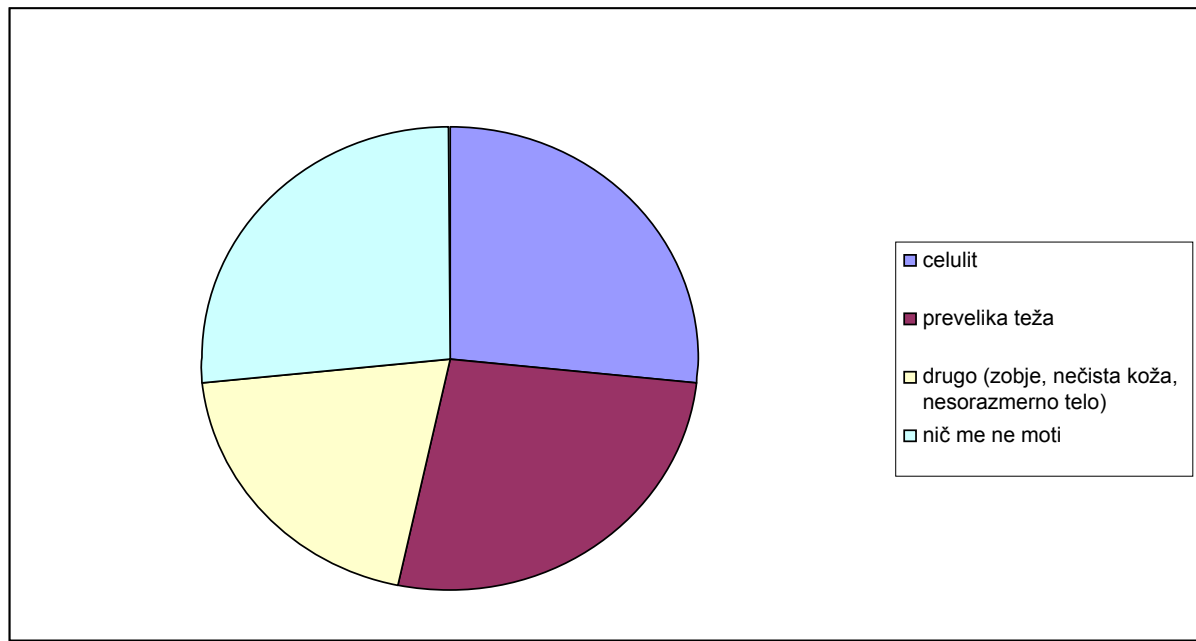
Večina žensk v vseh starostnih skupinah je delno zadovoljnih (skupaj 57). S pomočjo podhipoteze sem poskušala ugotoviti, kaj ženske najbolj moti na telesu oz. zakaj so (ne)zadovoljne s svojim videzom.

Podhipoteza 2: Vse ženske, ne glede na starost, najbolj motita prevelika telesna teža in celulit.

Tabela 8.3.3: Porazdelitev odgovorov glede na to, kaj ženske najbolj moti na telesu

	dijakinje	študentke	zaposlene	skupaj
celulit	12	8	4	24
prevelika teža	6	7	11	24
drugo (zobje, nečista koža, nesorazmerno telo)	3	9	6	18
nič me ne moti	9	6	9	24

Graf 8.3.3: Porazdelitev odgovorov glede na to, kaj ženske najbolj moti na telesu



Podhipoteza 2, ki pravi, da prevelika telesna teža in celulit najbolj motita vse ženske, ne glede na starost, se je izkazala za pravilno. Celulit je najbolj moteč za 24 žensk, prevelika telesna teža tudi za 24 žensk, druge nepravilnosti (nesorazmerna postava, nečista koža, nečvrsto telo, neprilna zobje, predebela stegna) motijo 18 žensk, in nazadnje je še 24 žensk, ki jih na lastnem telesu nič ne moti.

Raziskava je pokazala, da dijakinje najbolj moti celulit, študentke motijo druge pomanjkljivosti (predvsem akne, nepravilni zobje, debela stegna), za zaposlene ženske pa je najbolj moteča prevelika telesna teža. Celulit se pri večini žensk pojavi relativno zgodaj, neredko že v obdobju mladostništva. Sodobna družba celulit zavrača kot nekaj grdega in neprilnega. Kozmetična industrija ponuja čudežne rešitve za odpravo te trdovratne nadloge. Police trgovin so polne krem, ki stopijo celulit ali pomagajo pri hitrejšem izločanju vode, ki zastaja v telesu. Celotna industrija, ki se ukvarja z lepoto telesa, je enoglasna: z redno uporabo anti-celulit krem, z redno telovadbo, masažami in pravilno prehrano, lahko dosežete čudeže. Resnica je, seveda, drugačna. Celulit lahko odpravimo samo z estetsko kirurgijo. Več kot očitno je, da je celulit odlična tržna niša. Krema proti celulitu so precej drage, ponujajo jih pa vsi proizvajalci kozmetike. Moderna ženska, ki da nekaj nase, uporablja tovrstne kreme. Kljub temu, da se ženske zavedajo neučinkovitosti teh krem, jih kupujejo, da ne bi imele slabe vesti in da bi se boljše počutile.

Rezultati raziskave so tudi pokazali, da študentke najbolj motijo druge nepravilnosti na telesu, kot so akne na obrazu, debela stegna, nepravilni zobje itn. Za zaposlene ženske pa je najbolj moteča prevelika telesna teža, medtem ko je celulit šele na tretjem mestu. Z leti se ženske sprijaznijo s celulitom, saj ugotovijo, da je to izgubljen boj. Mlajše ženske pa se v boj spustijo z veliko volje in energije, saj mora biti lepo telo gladko, čvrsto, koža ne sme biti pomarančasta, strije in brazgotine so nezaželjene, dlake pa popolnoma nesprejemljive. Zelo pomembno je, da je koža na obrazu brez mozoljev, gladka, brez brazgotin in drugih nepravilnosti.

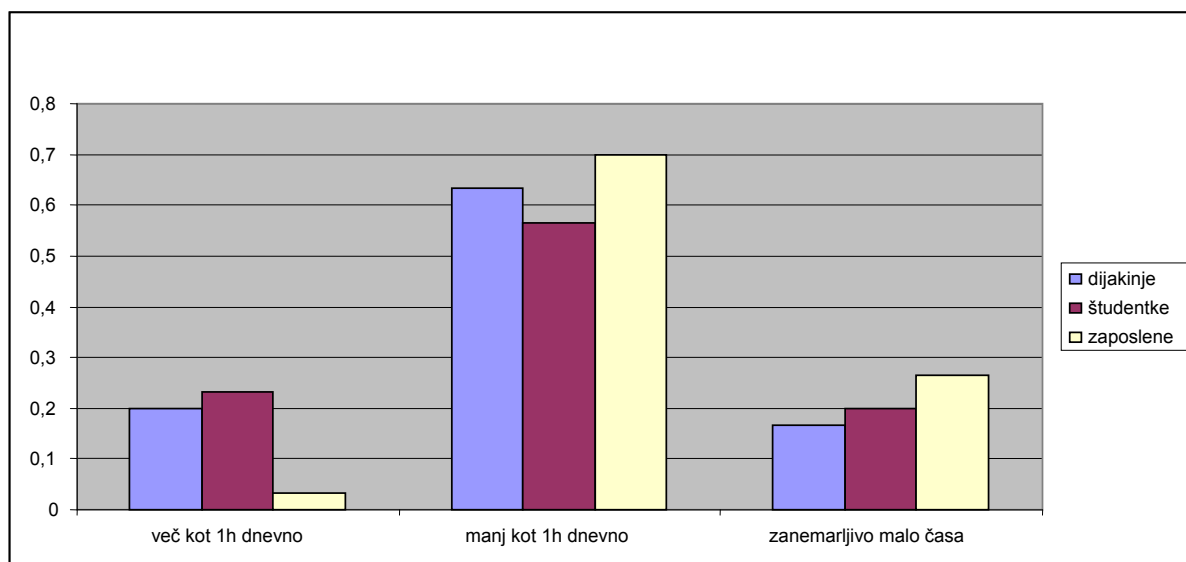
Pa vendar ne moremo nezadovoljstva posploševati in trditi, da so vse ženske obsedene z zunanjim videzom. V podporo temu je lahko podatek, ki sem ga dobila v raziskavi: 24 žensk na lastnem telesu prav nič ne moti (9 dijakinj, 6 študentk in 9 zaposlenih). Ta podatek vlije nekaj potrebnega optimizma, saj pomeni, da ni celotna družba obsedena s telesom. Še vedno je veliko žensk, ki ne podležejo lepotnim imperativom, ki ne postavljajo telo vedno na prvo mesto ter so posledično manj obremenjene z videzom. Svoje telo sprejemajo takšno kot je in se ne primerjajo z lepoticami iz, za večino ljudi, nerealnega medijskega sveta. Svet, v katerem same živijo, je njihova realnost: vsakodnevne obveznosti, služba ali šola, družina, otroci, hišna opravila, to je svet v katerem se večina žensk dnevno vrti. V takem svetu je, po mojem mnenju, nepravilno in tudi zelo težko, postavljati svojo zafrustriranost na prvo mesto. Mislim, da je vsako primerjanje z lepoticami tvegano, saj so *vsakdanje* ženske na koncu vedno razočarane. Vsaka ženska bi se prvo morala vprašati, zakaj lepotice iz medijev vedno tako dobro izgledajo. Ali so v domačem okolju tudi tako popolne? Nato naj pomisli na celo vrsto strokovnjakov (stilistov, osebnih trenerjev, frizerjev, maserjev, kozmetičark, nutricionistov, hišnih pomočnic, kuharjev...), ki so jim neprestano na voljo ter jim izpolnijo prav vsako željo. Da bi se skrile še najmanjše pomankljivosti, se slike lepotic običajno tudi retuširajo. Dejstvo je, da lahko na tak način, prav vsaka ženska zelo dobro izgleda, nekatere celo boljše kot medijske lepotice. Tega bi se morala zavedati prav vsaka ženska. Osebnost se mi zdi najbolj nepoštenu, da nam lepe ženske iz medijev ves čas dajejo občutek, da nismo dovolj lepe ter da nimamo privlačnega telesa.

Hipoteza 3: Dijakinje in študentke namenijo več časa zunanjemu videzu (za ličenje, urejanje pričeske, za oblačila in telovadbo) kot zaposlene ženske.

Tabela 8.3.4: Porazdelitev odgovorov glede na čas, ki ga ženske namenijo svojemu zunanjemu izgledu

	dijakinje	študentke	zaposlene	skupaj
več kot 1 h dnevno	6	7	1	14
manj kot 1 h dnevno	19	17	21	57
zanemarljivo malo časa	5	6	8	19

Graf 8.3.4: Porazdelitev odgovorov glede na čas, ki ga ženske namenijo svojemu zunanjemu izgledu



Moja zadnja hipoteza se je izkazala za pravilno, saj so rezultati pokazali, da namenijo dijakinje in študentke bistveno več časa svojemu telesu kot zaposlene ženske.

Čas namenjen telesu, vključuje ličenje, urejanje pričeske, nego telesa, telovadbo itn. 57 vseh anketiranih žensk porabi manj kot eno uro dnevno za svoje telo, 14 žensk porabi več kot eno uro dnevno in 19 žensk porabi zanemarljivo malo časa za svoje telo. Zaposlene ženske, v primerjavi s študentkami in dijakinjami, namenijo bistveno manj časa svojemu telesu. Raziskava je pokazala, da le 1 zaposlena ženska porabi več kot eno uro dnevno za svoje telo. Med dijakinjami je odstotek bistveno višji (6), med študentkami pa najvišji (7).

Pridobljene rezultate sem primerjala z rezultati prve hipoteze (glej str. 38), po katerih si želi shujšati 14 zaposlenih žensk. S tem lahko še enkrat potrdim domnevo, da se zaposlene ženske zavedajo, da ne dosegajo lepotnih idealov in si želijo shujšati bolj zaradi družbenih meril kot zaradi sebe. Ukvarjanje s telesom se večini žensk ne zdi tako pomembno, saj je med zaposlenimi ženskami največji odstotek tistih, ki porabijo zanemarljivo malo časa za svoje telo (8). Med 30-imi zaposlenimi ženskami je samo ena, ki redno telovadi (joga), ostale zaposlene ženske pa ne telovadijo.

Študentke in dijakinje namenijo svojemu telesu bistveno več časa. Študentke celo nekoliko več kot dijakinje, vendar je potrebno poudariti, da je pri študentkah večji odstotek tistih, ki telovadijo. Dijakinje pa porabijo več časa za ličenje in urejanje pričeske.

Če povzamem rezultate zadnje hipoteze: dijakinje porabijo največ časa za ličenje, urejanje pričeske in za nego telesa, študentke se najbolj ukvarjajo s telovadbo in poudarjajo zdrav videz, zaposlene ženske pa namenijo negi telesa in telovadbi najmanj časa.

9. ZAKLJUČEK

Živimo v času polnem protislovij in frustracij, kar se odraža tudi na naših telesih. Zahodna družba je ustvarila kolektivno mnenje, da je telo potrebno nadzorovati, (pre)oblikovati in disciplinirati.

V nalogi sem poskušala osvetliti problem naraščajočega nezadovoljstva in obremenjenosti s telesom. Zunanost je samo ena izmed mnogih lastnosti, ki nas opredeljuje, žal pa je edina lastnost, ki je na voljo za hitro oceno človeka. Za boljše spoznavanje ljudi si v današnjem hitrem tempu življenja ne vzamemo dovolj časa in ljudi presojava na podlagi prvega vtisa.

Ženske se še posebej zavedamo, da je sodobna družba obsedena z zunanjim izgledom, zato se s svojo zunanostjo veliko ukvarjamo.

Množični mediji in oglaševalci nam neprestano vsiljujejo določeno žensko podobo, ki predstavlja lepotni ideal naše družbe: vitko in negovano žensko, ki je uspešna na vseh področjih. Tak lepotni ideal je zelo težko dosegljiv, pa vendar so nekatere ženske v *imenu lepote* pripravljene zapostaviti razvijanje vseh drugih vidikov svoje identitete.

Mediji nas neutrudno prepričujejo, da je na našem telesu vedno nekaj, kar bi bilo potrebno izpopolniti, kar pomeni, da je prizadevanje za lepoto nikoli dokončani projekt. Ženske se tako znajdejo v začaranem krogu. Upanje, da bodo lepotni ideali postali bolj dosegljivi, je utopijsko, saj so tako mediji kot celotna industrija, ki se s telesom ukvarja (modna, dietna, estetska itd.) izredno tržno naravnani. Kaj nam torej ostane?

Wolfova (1991) je prepričana, da nam ni treba spremeniti naših teles, spremeniti moramo naše norme. S tem se popolnoma strinjam, vendar se vsi zavedamo, da sta teorija in praksa pogosto zelo daleč narazen. Rezultati empiričnega dela so pokazali, da stanje ni tako zaskrbljujoče kot se nam zdi. Manj kot polovica anketiranih žensk, med katerimi je več starejših kot mlajših, si želi shujšati. Zaposlene ženske so, glede na pridobljene rezultate, neobremenjene s svojo zunanostjo: želijo si sicer zmanjšati telesno težo, vendar se jim to ne zdi prioriteto. Dijakinje in študentke so s svojo težo bolj zadovoljne, motijo jih druge nepravilnosti na telesu. Dijakinje najbolj moti celulit, študentke pa nesorazmerno telo, akne, nepravilni zobje, predebela stegna, nečvrsto telo itn.

Za zaključek bi rada poudarila, da ne moremo ignorirati zahtev in pričakovanj družbe, saj smo njen sestavni del. Družbeni imperativi vplivajo na vse ljudi, zlasti na mlajše, ki so v obdobju iskanja lastne identitete ter dosti bolj dovzetni na vplive okolice.

Starejši se pa zahtevam bolj ali manj uspešno upirajo in ne pustijo, da postane skrb za zunanost prioriteta. Tudi sama se pridružujem tej skupini, saj menim, da zaradi pretiranega ukvarjanja s seboj ne smemo zapostavljati drugih področij našega življenja: družine, službe, ambicij, duhovnosti itn.

Če se bomo sami naučili sprejeti svoje telo in imeti zdrav pozitiven odnos do njega, bo to, med drugim, tudi najboljša popotnica za naše otroke. Otrok, zlasti mladostnik, ki ima doma dober vzgled, bo imel več možnosti, da postane odgovorna, samozavestna in neobremenjena oseba.

Močno upam, da bodo naslednje generacije postavljale drugačne vrednote v ospredje in da bo zunanji izgled le eden izmed mnogih atributov, ki človeka določajo.

Če pa lepotni ideali morajo obstajati, naj bodo bolj dosegljivi. Marsikomu bi tako bilo omogočeno lepše in bolj polno življenje.

10. VIRI IN LITERATURA:

1. AVE...zdravju naproti (2004): *Odprava celulita*. Dostopno na <http://www.ave-zdravju-naproti.si/> (29. februar 2008).
2. Bartky, S.L. (1990): *Feminity and domination: studies in the phenomenology of oppression*. New York in London: Routledge.
3. Benson, S. (1997): The body, health and eating disorders. V K.Woodward (ur.): *Identity and difference*, 121-166. Glasgow: The Open University.
4. Bordo, S. (1993): *Unbearable weight: Feminism, Western Culture, and the body*. Berkeley: University of California Press.
5. Cash, T. F. (2002): Cognitive- behavioral perspectives on body image. V F.T. Cash in T. Pruzinsky (ur.): *Body Image: a handbook of theory, research, and clinical practice*, 38-46. New York: Guilford.
6. Coward, R. (1989): *Ženska želja*. Univerzitetna konferenca ZSMS. Ljubljana: Krt.
7. Davis, K. (1994): *Reshaping the female body: The dilemma of cosmetic surgery*. New York in London: Routledge.
8. Eco, U. (2006): *Zgodovina lepote*. Ljubljana: Modrijan.
9. Foucault, M. (1984): *Nadzorovanje in kaznovanje*. Ljubljana: Delavska enotnost.
10. Hrženjak, M. (2002): Biopolitika teles v ženskih revijah. V M. Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Slovenij*, 14-30. Ljubljana: Mirovni inštitut.
11. Južnič, S. (1998): *Človekovo telo med naravo in družbo*. Ljubljana: FDV.
12. Kamin, T. in B.Tivadar (2002): Laično upravljanje s telesom v imenu zdravja: iskanje ravnotežja s prehranjevanjem. *Teorija in praksa* 40(5), 889-906.
13. Kojič, T (2005): *Premagajmo celulit*. Dostopno na <http://www.viva.si/clanek.asp?IDm=21&ID=1048> (29. februar 2008).
14. Kuhar, M. (2002): O telesni samopodobi mladih. *Socialna pedagogika* 6(3), 255-277.
15. Kuhar, M. (2004): *V imenu lepote: družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: FDV.
16. Legan, J. (2005): *Razgaljena: žensko branje v Sloveniji*. Ljubljana: ISH- Fakulteta za podiplomski humanistični študij.
17. Med.over.net (2004): *Celulit*. Dostopno na http://med.over.net/za_bolnike/bolezni_clanki/celulit.php (29. februar 2008).

18. Rener, T (1998): Sociopatologije vsakdanjosti: anorexia nervosa. *Družboslovna razpravljanja* 14(27-28), 55-62.
19. Slapšak, S. (2005): *Ženske ikone 20. stoletja*. Radovljica: Didakta.
20. Tomori, M. (1990): *Psihologija telesa*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
21. Tomori, M. (1995): Telo- med ugodjem in tesnobo. V M. Tomori (ur.): *Motnje hranjenja- IX seminar o delu z mladostniki*, 5-12. Ljubljana: Medicinska fakulteta.
22. Wolf, N. (1991): *The beauty myth: how images of beauty are used against women*. New York: Doubleday.
23. Zaviršek, D. (1995): Motnje hranjenja: žensko telo med kaosom in nadzorom. *Delta*, 1(3-4), 67-82.

11. PRILOGA-anketni vprašalnik

ANKETA O TELESNI SAMOPODOBI

1. Starost _____

Obkrožite črko pred odgovorom, ki velja za vas:

2. Sem:

- a) srednješolka b) študentka c) zaposlena, nimam otrok
d) zaposlena, imam otroka/otroke e) drugo _____

3. S svojim zunanjim videzom:

- a) sem popolnoma zadovoljna b) delno zadovoljna c) nisem zadovoljna
d) drugo _____

4. Moja telesna teža je:

- a) ravno pravšnja b) prevelika c) premajhna
d) drugo _____

5. Rada bi:

- a) shujšala do 5 kg b) shujšala nad 5 kg c) ohranila sedanjo težo
d) drugo _____

6. Na dieti sem bila:

a) večkrat

b) 1-2- krat

c) nikoli

d) drugo _____

7. Za svoj zunanji videz (ličenje, depiliranje, urejanje pričeske, telovadba...) dnevno porabim:

a) več kot eno uro

b) manj kot eno uro

c) zanemarljivo malo časa

d) drugo _____

8. Želim dobro izgledati:

a) zase

b) za partnerja

c) za okolico

d) drugo _____

9. Kaj me najbolj moti na lastnem telesu?

a) celulit

b) prevelika telesna teža

c) drugo _____

10. Kdo najbolj vpliva na ideale v zvezi z lastnim telesom?

a) mediji

b) prijateljice

c) družinski člani

d) drugo _____

11. Kako pogosto berete ženske revije:

- a) zelo pogosto b) pogosto c) včasih d) redko e) nikoli
f) drugo _____

12. Primerjam se z lepoticami iz medijev:

- a) da (napišite s katero in to utemeljite)

- b) včasih c) ne

- d) drugo _____

13. Za privlačen zunanji videz sem pripravljena žrtvovati tako čas kot denar:

- a) da b) deloma c) ne

- d) drugo _____

Če je vaš odgovor pritrdilen, ga prosim utemeljite:

14. Privlačnim ženskam je lažje uspeti na mnogih življenjskih področjih:

- a) da _____

- b) ne c) drugo _____

15. Moške privlačijo vitke ženske, ki so vedno urejene:

a) da _____

b) ne c) drugo _____

16. Zavidam tistim ženskam, ki izgledajo privlačnejše kot jaz:

a) da _____

b) ne c) drugo _____

17. Raje sem lepa kot pametna:

a) da _____

b) ne c) drugo _____

18. Če bi imela denar in čas, bi lahko prav vsaka ženska dobro izgledala:

a) da _____

b) ne c) drugo _____

19. Raje stradam, kot da bi bila debela:

a) da _____

b) ne c) drugo _____

20. Če bi dobro (bolje) izgledala, bi bilo moje življenje lepše in bi bila bolj srečna:

a) da _____

b) ne c) drugo _____

21. Če bi imela čarobno palčko, kako bi izgledala?

(napišite svoj lastni lepotni ideal) _____
