

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maruška Pleničar

Odziv slovenske javnosti na beauty pageante

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Avtor: Maruška Pleničar
Mentor: red. prof. dr. Mitja Velikonja

Odziv slovenske javnosti na beauty pageante

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

“Opica je imela mladička, ki ni bil ne preveč lep ne preveč grd. Nji pa je bil všeč, kakor se zgodi marsikakšni mamici, in je bila prepričana, da je lepši od drugih. Pa ji ni bilo zadosti, da bi sama uživala nad lepoto svojega sina; odhajala je med prijateljice in jim ji ga razkazovala: “Poglejte, kako lepega sina imam. Še nikoli ni bilo tako lepe opice pod soncem, kakor je moj sin.” Druge opice so se kajpak smejale, ker so vedele, da je njen mladič ravno tak, kakor vsi drugi. Opica pa se je raztogotila, pokazala hrbet prijateljicam in odšla kazat mladička levu, kralju živali.

Ko si je lev ogledal mladička in slišal materino hvalo, je dejal: “Čisto naravno je, da je opiček tebi všeč; meni se pa tvoj mladič ne zdi nič posebnega, ljubši mi je moj levček. In če hočeš poslušati moj nasvet, bi ti rekel, da nikar preveč ne razkazuj svojega opička, drugače te doleti še kakšna nesreča.”

Opica je odšla od leva razkačena, kakor ni bila še nikoli. Srečala je medveda in ta ji je rekel: “Joj, kako lepega sina imaš!” Samo pomislite, kako je bila mati vesela! Nazadnje je le nekdo opazil, kako lep je njen mladiček. “Kajne, da je lep?” je vprašala medveda. “Joj, neznansko lep! Naj si ga vendar ogledam. Rad bi mu dal poljubček.”

Opica mu ga je podala, medved pa je odprl gobec in kakor nič pogoltnil opička, da je mati vsa nesrečna še dolgo žalovala za njim.”

(Ezop)

Lepo se zahvaljujem mojemu mentorju prof. Velikonji ter moji družini – oni že vedo, zakaj.

Odziv slovenske javnosti na beauty pageante

Beauty pageants ali lepotna tekmovanja za otroke so se pojavila in še vedno obstajajo v ameriški kulturi. Zaradi medijsko podprte spektakularnosti in finančnih učinkov imajo močan globalizacijski vpliv na določene kulture, predvsem avstralsko in zahodnoevropsko, v svoji pojavnosti pa so pogosto na meji bizarnosti. Zato sem navedla tudi mnenja tuje javnosti, ki podpirajo ali obsojajo to kulturno obliko. Teoretično sem jo preučevala preko razlag o družbenih razlogih, narcisizmu, družbenem spektaklu, položaju sodobne (ameriške) ženske in o duševni podobi ameriške družbe. Ugotovila sem, da so vsa ta izhodišča v tesni povezavi z obravnavanim pojavom. Moji empirični raziskavi odzivnosti slovenske ženske javnosti na ta pojav (na štirih slovenskih portalih in na podlagi 132 odgovorov na vprašalnik) pa kažeta, da dobro poznajo globalizacijske težnje; čeprav se nimajo namena aktivno vključevati v odpravljanje tega pojava, se nanj odzivajo odklanjajoče. S tem se je potrdila moja uvodna teza.

Ključne besede: beauty pageant, lepota, narcisizem, odzivnost, slovenska javnost.

Slovenian public response to beauty pageants

The reaction of the Slovenian public to beauty pageants, Children's beauty pageants appeared in the American culture where they still exist. Due to the spectacularity supported by the media and the financial effects, they have a strong globalising influence on certain cultures, especially Australian and Western European, and are often borderline bizarre. Therefore, I presented the opinions of the foreign public who support or condemn this cultural form. I researched it theoretically using the explanations of social reasons, narcissism, social spectacle, status of the modern (American) woman and psychological portrait of the American society. I found out that all these points are closely related to the phenomenon I was researching. My empirical polls about the reaction of the Slovenian female public to this phenomenon (on four Slovenian websites and based on 132 answers to my questionnaire) show that they know the globalizing tendencies well. Although they have no intention to get actively involved in removing the phenomenon in question, they react negatively to it, which confirms my initial hypothesis.

Key words: beauty pageant, beauty, narcissism, reaction, Slovenian public.

KAZALO

1	UVOD.....	6
2	TEORETIČNA IZHODIŠČA OB POJAVU BEAUTY PAGEANT.....	7
2.1	Pogled iz stališča družbenih razmer.....	8
2.2	Pogled iz stališča dojemanja lepote	10
2.3	Pogled iz stališča narcisizma.....	11
2.4	Pogled iz stališča družbenega spektakla	12
2.5	Pogled iz stališča položaja sodobne ženske	13
2.6	Pogled iz stališča seksualizacije	13
2.7	Pogled iz stališča človekove duševnosti.....	14
3	METODOLOŠKA IZHODIŠČA PRI OBRAVNAVI BP	16
4	PREDSTAVITEV BEAUTY PAGEANTOV V GLOBALNEM SMISLU	17
5	PREDSTAVITEV ODZIVNOSTI SLOVENSKE JAVNOSTI NA BP NA PODLAGI RAZISKAV	21
5.1	Primeri odzivnosti na BP iz slovenskih portalov	22
5.2	Predstavitev rezultatov vprašalnika	25
6	SKLEP	30
7	LITERATURA.....	31
	Priloga A:.....	34

1 UVOD

Kulturna globalizacija je del svetovnih globalizacijskih procesov, ki se je še posebej hitro razširila z dostopnostjo do sodobnih komunikacijskih tehnologij, širila pa se je predvsem z branjem enakih ali podobnih knjig, revij in časopisov, poslušanjem istih zvrsti glasbe, gledanjem istih filmov in nadaljevanj ter spremljanjem istih športnih dogodkov (Vogrinc 2013). Učinki globalizacijskih procesov na ljudi pa so v posameznih kulturnih okoljih različno intenzivni.

Kot temo diplomskega dela sem si izbrala le eno izmed kulturnih oblik popularne kulture – pojav lepotnih tekmovanj otrok, ki jih v ZDA poznajo pod imenom Children Beauty Pageants (v nadaljevanju: BP), v slovenščini pa kot lepotna tekmovanja otrok. Ta tekmovanja so le eden od načinov, s katerim starši kažejo svoj odnos do starševske vloge oziroma do razkazovanja svojih otrok javnosti, pri čemer je njihov glavni motiv velikokrat zaslužek. V preučevanju te teme sem tako želela ugotoviti, kakšen pojav je to in kakšen odnos imata do njega evropska in slovenska javnost.

Moja uvodna teza je, da Slovenci BP kot globalizacijski produkt ne sprejemamo, naša odzivnost nanje pa se predvidoma kaže odklanjajoče; raziskava bo torej ugotavljala odnos do družbene realnosti, lotila pa se je bom v etnometodološkem smislu po Garfinklu; cilj raziskave je predvsem spoznavni, konkretna metoda pa bo potekala na dveh ravneh: na ugotavljanju odzivnosti na BP v slovenskih portalih in analizi odgovorov na vprašalnik.

2 TEORETIČNA IZHODIŠČA OB POJAVU BEAUTY PAGEANT

Glede terminologije besednih zvez kulturna oblika in kulturna forma se sklicujem na pojasnilo Jožeta Vogrinca: "Termin kulturna oblika ni natančno zamejen glede na stopnjo splošnosti in ga je mogoče enako dobro uporabiti za opis popularne ali elitne kulture. Kaj ga loči od pojma zvrsti ali sloga? Zlasti to, da se nanaša na kulturne pojave v razmerju do družbe, kjer se jih producira, reproducira in troši, medtem ko je pojem zvrsti čisto formalen" (Vogrinc 2013). BP se mi zdi tipična globalna kulturna oblika, ki pa za teoretike kulturologije predstavlja poseben izziv, saj je v svoji pojavnosti v moralno-estetskem smislu skrajna in glede na pomen v določenem kulturnem okolju tudi težko opredeljiva.

Slovenska družba je od druge polovice prejšnjega stoletja uspešno sledila tehničnemu razvoju, ki je omogočal globalizacijske pojave kot so npr. pojav kina, radia in drugih nosilcev zvoka, periodičnega tiska, knjig, televizije, videa zlasti v svetovnih jezikih. Vodilni element globalizacije v današnji družbi pa je seveda svetovni splet (internet). Standardizacija se je okrepila. Implikacija standardov na splošno je "... oligopolna tržna situacija, za katero stojijo ZDA in druge razvite države ter institucije velekapitala, kakor so Združenje za svetovno trgovino, Svetovna banka, Mednarodni monetarni fond ipd." (Vogrinc 2013) in traja še danes.

V desetletjih po vojni so bili pomembni tudi drugi procesni pogoji: industrializacija Jugoslavije in Slovenije, specifične oblike prostega časa, bivanje v mestu, večja izobraženost in znanje (angleškega) tujega jezika, obvladanje intelektualnih spretnosti oz. veščin, ki jih zahteva raba internetnih omrežij in podobni. Še posebej pa se mi zdi pomembno dejstvo, da smo Slovenci (tudi precej nekritično) sprejemali tudi druge kulturne oblike, ki so ne glede na to imele poseben vpliv na podobo slovenske družbe: npr. rock, jeans, musicale, v zadnjem času pa podcaste, stand up nastope, spletne nanizanke, mobilne aplikacije, TED konference in drugo.

Vse so po svojem formatu ameriške, vendar to še ne pomeni, da Slovenci sprejemamo njihov način življenja in vrednote (Vogrinc, 2013). Zdi se, da so osnovna vodila globalizacije res potrošništvo, oglaševanje, tržna usmerjenost in podobni moderni pojavi, na katerih slonijo lepotna tekmovanja in še posebej lepotna tekmovanja otrok.

Izvor tega je dobro pojasnila avtorica Kuhar, ki se v opombah svoje knjige sklicuje na ameriškega teoretika Fatherstonea:

Termin potrošniška kultura se uporablja za opisovanje novega organiziranja simbolične produkcije in vsakdanjih praks, do katerega je prišlo z razširjanjem kapitalistične produkcije. Zaradi presežne proizvodnje in presežnih produkcijskih kapacitet v Zahodni Evropi in Severni Ameriki se pojavi potreba po večji potrošnji in posledično spodbujanje potrošniške etike. Za potrošniško družbo je značilno naraščanje izbire na tržišču, vključno z eksotičnimi in luksuznimi stvarmi, ki služijo kot vir fantazij in sanj za množice (Kuhar 2004, 61).

Sanje o izboljšanju svojega (socialnega) statusa v kateremkoli družbenem okolju se mi zdijo bistvene za pojavnost kulturne oblike BP, fantazije o luksuznih in eksotičnih stvareh pa so rezultat tudi povprečno slabo izobražene in zdolgočasene ameriške družbe. Tudi ameriški teoretik Lasch priznava, da so te sanje socialni nadomestek, kar opaža tudi avtorica Nastran Ule v spremni besedi k njegovi knjigi: “Družbeni procesi silijo vse več ljudi vseh slojev in vseh starosti v pospešeno infantiliziranje, torej v odpoved samoodgovornemu delovanju in v vse večjo odvisnost od institucij, blaga in storitev, ki jim ponujajo nadomestke lastne vrednosti in lažni vtis socialne moči” (Ule 2012, 289). Lasch hkrati še ugotavlja: “Ste v primerjavi s sosedi videti zanemarjeni? Je vaš avto slabši od njihovega? So vaši otroci tako zdravi kot njihovi? Tako priljubljeni? Tako uspešni v šoli? Oglaševanje institucionalizira zavist in tesnobo, ki gre z njo z roko v roki” (Lash 2012, 96).

Sodobna družba torej živi v svetu iluzij; razvoj družbenih potreb se spreminja – tudi na področju odnosa do lastnega otroka, lepote, razkazovanja, kar vse tudi skriva kulturna oblika BP. Silnice, ki jo pojasnjujejo, pa razberemo v različnih teoretičnih izhodiščih.

2.1 Pogled iz stališča družbenih razmer

Ameriški pogled na posameznika kot subjekta, kapital, uspeh je kulturološko specifičen, kar ugotavljajo mnogi ameriški, evropski in tudi naši teoretiki. Lasch ima jasne predstave o izvoru njihovega načina življenja, kar povzema v spremni besedi Mirjane Nastran Ule: “Osnovni kazalci te spremembe so po Laschu uveljavljanje vse bolj prikritih oblik egoističnega vedenja, izginjanje protestantske etike dela in njeno nadomeščanje z etiko samoohranitve, težnje po hipni zadovoljitvi želja in množične porabe, ki sledi vzorcu oralnih zadovoljitev, ter neznanska strast

po priznanjih in samopovečevanju v vseh slojih ameriške družbe, zlasti še med populacijo srednjega sloja” (Ule v Lasch 2012, 290). Etika samoohranitve in strast po priznanjih in slavi sta tako po mojem mnenju glavna povoda za pojavnost BP. Družbene razmere v ZDA pa ponazarja tudi izjava Petra L. Giovacchinija o tem, da “se klinični psihiatri nenehno soočajo z dozdevno rastočim številom pacientov, ki ne ustrezajo obstoječim diagnostičnim teorijam in ki jih ne mučijo “določeni simptomi”, temveč nejasne, slabo opredeljene težave” (Lasch 2012, 63). Ta izjava se nanaša predvsem na ameriško prebivalstvo srednjega sloja. Eden izmed vzrokov, zakaj ameriški starši (gre predvsem za matere) prijavljajo svoje otroke na taka tekmovanja je po mojem mnenju v tem, da gre za pretežno urbane družine srednjega sloja kjer so matere doma ali pa so samohranilke in poskušajo najti prihodnost za otroka na takšnih tekmovanjih.

Svoje (lastne) sanje o uspehu uresničujejo na podlagi zunanjega videza, pri tem pa izgubljajo zdravo mero. Ni jim žal ne energije, ne časa, ne denarja, na tekmovanjih ne upoštevajo niti fizičnega in psihičnega stanja otroka. Zanimiva pa se mi zdi pri tem vloga očetov teh otrok: ali so pogosto odsotni in nimajo pravega vpogleda v ravnanje svoje žene oz. partnerice ali pa jim zaradi socialnega statusa morebitni zaslužek iz lepotnega tekmovanja ustreza.

2.2 *Pogled iz stališča dojemanja lepote*

Ko se je s pojmom lepote in družbenega odnosa do nje ukvarjala avtorica Kuhar, je navedla podatek, ki prav tako govori o procesualni podlagi kulturne oblike BP:

Deklicam daje učinkovito lekcijo, kaj družba vrednoti kot lepo, otroška igrača Barbika: lepa, vitka in silno popularna punčka. Leta 1996 je imelo 99 % ameriških deklic med tretjim in desetim letom starosti vsaj eno Barbiko, običajno število pa je bilo osem; na leto se proda več kot bilijon teh punčk; leta 1997 so zaradi protesta številnih ženskih skupin začeli izdelovati tudi bolj "stvarne" Barbike z manjšim oprsjem, širšim pasom in krajšimi nogami. Toda spremenjene dimenzije ima le ena na 24 novo izdelanih Barbik (Kuhar 2004, 42).

Lepotni modeli na lepotnih tekmovanjih odraslih in otrok se nedvomno naslanjajo na pojav Barbike in njene moške pojavnosti Kena; dejstvo pa je, da v zadnjem desetletju igrača Barbika izgublja popularnost in tržno vrednost. Nadomeščajo jo namreč novi industrijski izdelki za dekliško igro, ki pa niso daleč stran od vsiljevanja modela lepote. Male tekmovalke na BP so zato po videzu približane temu modelu, ne glede na to, da njihova prvotna ljubkost od njega nekoliko odstopa.

Da je tako dojemanje in slepo sledenje lepotnim idealom socialno nesprejemljivo, trdi tudi avtor ameriškega (poljudnoznanstvenega) priročnika o vzgoji deklet Biddulph. Ta navaja, da:

"so v Avstraliji pred kratkim ustanovili Državni svetovalni odbor za telesni videz, ki je sprejel prostovoljni etični kodeks, da bi lepota in modna industrija zavzeli bolj zdrave pristope. Na žalost je bil kodeks polomija. Predsednica svetovalnega odbora Mia Freedman je na blogu objavila "NIČ SE NI SPREMENILO." Revijo Dolly Magazine so leta 2012 nagradili z državnim priznanjem za telesni videz (priznanje je osrednji del pobude odbora), čeprav je oživila manekenska tekmovanja za trinajstletna dekleta" (Biddulph 2013, 203).

Iz tega razberemo, da sta lepota in izpostavljanje le-te v Avstraliji in Ameriki prepoznana kot moralni problem, vendar kot večina moralnih problemov sodobnega sveta težko odpravljiva.

Če se vrnemo na pojem videza oz. kulta lepote, je o tem pojavu kot rezultatu (tudi) moderne globalizacijske družbe ugotavljala avtorica Kuhar:

V sodobni družbi ni nobenega drugega kulturnega pojava, ki bi bil tako strog in tako kolektivno izvajan, tako vseobsegajoč in imel tako stopnjo moralne avtoritete. Diktatom tega kulta ne smemo ubežati – tudi če ne konstruiramo svojega videza v skladu z njegovimi standardi in zahtevami, je naša identiteta v nekem odnosu do njega. Kult telesa namreč ne deluje samo kot regulatorni sistem in kot mehanizem izključevanja, temveč je zmožen artikulirati številne hierarhije. Telo, ki se ne prilagaja, je stigmatizirano; pripisujejo se mu negativne oznake. Telo torej postane moralno in politično polje (Kuhar 2004, 13).

Kar posebej zadeva lepotna tekmovanja otrok po vseh družbah kjer se dogajajo, pa je dejstvo, da je: “zlasti skrb za negovano telo pogosto prikazovano kot pristočasna dejavnost, ki prinaša užitek in dobro počutje, obenem pa predstavlja investicijo, ki se bo povrnila v obliki uspeha tudi na ostalih življenjskih področjih” (Kuhar 2004, 71). Ta investicija se pri Children BP seveda nanaša na otroke.

2.3 Pogled iz stališča narcisizma

Biti zadovoljen s svojo zunanjo podobo je za sodobno ameriško in tudi drugo zahodno družbo nujnost. Pojav narcisizma se od tega dejstva ne oddaljuje. Samo poimenovanje se seveda nanaša na antično mitološko zgodbo o Narcisu in Echo, če pa bi antično sporočilo prenesli v sodobno ameriško in sploh zahodno družbo, bi ga najbolje označila trditev Lascha: “Beautiful people oziroma lepi in bogati - če uporabimo ta zgovorni izraz, ki ne zajema samo premožnih svetovnih popotnikov, temveč vse tiste, ki se, čeprav samo za kratek čas, sončijo v polnem soju kamer – živijo fantazijo o narcističnem uspehu” (Lasch 2012, 276). Torej se zavedajo, da je njihov uspeh lažen in najbrž kratkotrajen, a ne najdejo načina, ki bi jim pokazal pot v drugačen način življenja in vključevanja v družbo.

Za narcisa je svet ogledalo, medtem ko je surovi individualist svet videl kot prazno divjino, ki jo je treba šele oblikovati po lastni volji” (Lasch 2012, 28). Matere tekmovalcev v BP po mojem mnenju svojo vlogo materinstva sprevržejo v narcisizem glede (relativno lepega in ljubkega) videza svojega otroka, zato se tako rade pridružijo vsem, ki imajo do tega prav tak odnos.

Zanimiva je replika avtorice Nastran Ule na Laschevo razmišljanje o (ameriškemu) narcisizmu: "Sodobni narcizem torej ni družbena ali osebna patologija. Še več, po Laschevem mnenju je narcizem, realistično gledano, najboljši način premagovanja napetosti in tesnob življenja v sodobni pop kulturi. Sodobni narcis ima kljub notranjim mukam veliko značajskih potez, ki so potrebne za uspeh v sodobni družbi" (Nastran Ule v Lasch 2012, 293). Imeti značajske poteze, ki poudarjajo dobro samopodobo, samozavest in aktivnost je tudi po mojem v današnji družbi prednost.

2.4 Pogled iz stališča družbenega spektakla

Pojem narcisizma v določeni družbi pa se močno povezuje s pojmom spektakla; Douglas Kellner poudarja pomen medijskega spektakla, "ki je postal tudi določajoča poteza globalizacije" (Kellner 2006, 134). Družbeni spektakel pa so za Deborda predvsem podobe možnih vlog:

Specializacija zvezdnitva je navidezno doživljanje, objekt identifikacije je poenostavljen posnetek življenja, ki služi kot kompenzacija za razdrobljenost neposrednega doživljanja v specializirani proizvodni dejavnosti. Zvezde so modeli za različne tipe življenjskih stilov in pogledov na družbo, ki se jih vsakdo lahko svobodno oprime in jim v celoti sledi. Za spektakelskimi nasprotji se skriva enotnost bed. Različne oblike iste odtujitve se lahko prepirajo na maškeradi svobodne izbire, ker vse skupaj temeljijo na dejanskih potlačenih protislovjih. Ker je odvisen od posebne ravni bede, mora spektakel popolnoma zanikati bedo in obenem ohranjati njeno raven. Da bi to uspelo, se pojavlja v skoncentrirani in difuzni obliki, toda v obeh primerih je zgolj podoba srečne harmonije, ki sredi groze in obupa tvori negibni center človeške nesreče (Debord 1999, 51- 56).

Želja mater nastopajočih otrok je namreč nič drugega kot podoba možnih vlog, ki naj bi jih uresničile skozi sodelovanje na BP. Pri tem se ne ozirajo na kritično mnenje okolice, njihov cilj je zanje opravičljiv zaradi spektakelske ljubezni do otroka. Debord pa o tem razmišlja še tako:

Posameznik, ki ga je to osiromašeno spektakelsko razmišljanje zaznamovalo bolj kot vsi drugi elementi njegovega izobraževanja, se tako že uvodoma umesti v služenje obstoječi ureditvi, četudi je bil njegov subjektivni namen morda povsem drugačen. V glavnem bo sledil govorici spektakla, ker mu je ta edina znana: je govorica, v kateri so ga naučili govoriti. Nedvomno se bo hotel pokazati za

sovražnika njene retorike; uporabljal bo njeno sintakso. To je ena najpomembnejših točk uspeha, ki ga je dosegla spektakelska dominacija (Debord 1999, 114).

Mnoge udeleženske BP se torej potihoma zavedajo, da se skupaj s svojim otrokom udeležujejo lažnega spektakla in sovražijo njegovo retoriko; kljub temu pa naslednje leto spet prijavijo svojo udeleženko.

2.5 *Pogled iz stališča položaja sodobne ženske*

Pojavnost narcizma in družbenega spektakla je preučeval tudi Bourdieu, vendar je le-ta odprl novo možnost v razmišljanju – v položaju sodobne ženske v družbi: “Ker so v hiši ženske odgovorne za pretvarjanje ekonomskega kapitala v simbolnega, so vnaprej pripravljene, da vstopijo v trajno dialektiko med častihlepjem in odličnostjo, ki ji moda ponuja eno najljubših področij in ki je motor kulturnega življenja kot nenehnega gibanja simbolnega preseganja in prekašanja ponudb” (Bourdieu 2010, 117). Ob tem poudarja produkcijo simbolnega kapitala družine. Glede odgovornosti (le) žensk za simbolni kapital v družini sem sicer skeptična, vendar Bourdieujevo besedo moda v primeru BP lahko nadomestimo z željo mater po ugajanju preko udeležbe otroka, saj gre za podoben psihološki motiv. Uspeh na BP torej pomeni produkcijo tega kapitala - njen osebni uspeh in tudi uspeh družine kot njenega (edinega) sveta.

2.6 *Pogled iz stališča seksualizacije*

Ob tem pa trčimo na nov družbeni pojem, ki se neposredno povezuje z narcizmom, spektaklom in položajem ženske v družbi. To je pojem seksualizacije in seksizma, ki se sama po sebi vsiljujeta ob spremljanju pojavnosti BP. Ko je avtorica Dorotea Verša obravnavala pojem seksizma, se je sklicevala na Nijole, Feagin 1995 in ga opredelila, da ima: “seksizem veliko pojavnih oblik, ki so se skozi zgodovino spreminjale. Na kontinuumu vidnosti jih lahko razvrstimo kot (1.) odkriti, (2.) subtilen in (3.) prikriti seksizem” (Verša 1996, 12). Razkazovanje izzivalno oblečenih deklic v posebnih pozah je vsekakor prikriti seksizem, saj BP nikoli odkrito ne vabijo k seksualnim dejanjem, vsaj v glitz obliki BP pa spolno seksistično izpostavijo deklice in jim na ta način določijo položaj, ki je v moralnem in družbenem smislu vprašljiv.

Na temo seksualizacije otrok v sodobni družbi se je na svoj način odzval tudi Biddulph, ki k pojavu vključuje tehnološke zmožnosti sodobne družbe. Spletne strani namreč nudijo nemoten dostop do posnetkov in videov različnih vsebin, tudi tistih, ki so nastali

na podlagi sodelovanja v BP. Biddulph navaja, da je: "julija 2007 myspace zaradi spolnih prekrškov izključil 29.000 oseb, ki so se registrirale za članstvo s pravim imenom. Tisti z lažnimi imeni so verjetno še vedno tam" (Biddulph 2013, 227).

2.7 Pogled iz stališča človekove duševnosti

Pri pojavnosti BP nas seveda žene vprašanje, kje so vzroki za tako ravnanje, kaj pomenijo za medsebojne odnose v sodobni družbi, kaj storiti. Avtorica Miller obravnava pojem zdravega narcizizma in vsako odstopanje od tega išče v duševnem vzdušju otroštva staršev otroka (pri tem je v soglasju predvsem z deli D. Winnicotta, M. Mahlerja in H. Kohuta): " (4.) *Da bi bili izpolnjeni pogoji za razvoj zdravega narcizma, pa bi morali odraščati v takšnem ozračju tudi starši otrok. (5) Starši, ki takega ozračja kot otroci niso bili deležni, so narcistično neizpolnjeni, to pomeni, da celo življenje iščejo, česar jim starši ob pravem času niso mogli dati: bitje, ki bi jih popolnoma sprejelo, razumelo in upoštevalo, občudovalo in se po njih ravnalo* (Miller 1993, 24).

S tem po mojem mnenju zadane bistvo pojava BP, vlogo mater pa osvetljuje tudi navedba Lascha: "Ker otroka obravnava kot svojo "izključno posest", v njem spodbuja pretirani občutek lastne pomembnosti, hkrati pa mu otežuje, da bi si priznal razočaranje nad njenimi pomanjkljivostmi" (Lasch 2012, 202). Ustvari se torej zaprt krog, ki je za mladoletnega udeleženca BP zares zaprt. Posledice lahko prepoznamo v razmišljanju Lascha: "Medosebni odnosi, ki temeljijo na zrcaljeni slavi, na potrebi po tem, da občuduješ in si občudovan, se navsezadnje izkažejo za bežne in nezadostne" (Lasch 2012, 43).

Seveda se vprašamo, kakšno vlogo imajo poleg staršev v tem pojavu tudi drugi družbeni dejavniki. Lasch postreže z dejstvom, da: "četudi so učitelji in vodstva šol pogosto negodovali nad obsedenostjo (rating and dating complex), so to spodbujali tudi sami, saj so precejšnjo pozornost namenjali prav potrebi, da človek dobro shaja z drugimi, tj. potrebi, da si osvoji navade sodelovanja, ki veljajo kot nepogrešljive za uspeh pri delu" (Lasch 2012, 166). Torej je družbi v interesu, da človek uspeva na podlagi pozitivnih vrednot, vendar mora v tem prehiteti druge in se na vsak način uveljaviti. Lepoto in simpatičnost bi v ameriški družbi prav gotovo uvrstili med pozitivne vrednote, zato ni čudno, da velik del ameriške družbe BP ne kritizira.

Biddulph ima tudi glede tega kup nasvetov, kaj narediti za zdravo odraščanje deklic, predlaga celo konkretne dejavnosti zanj, da jih navdajo z občutkom umirjenosti.

S stališča uravnovešene in odgovorne bralke so ti nasveti vsekakor sprejemljivi, najbrž se jih v svoji vzgoji deklince tudi držijo. Kaj pa, če se jih ne? Biddulph opozarja, da: “čas deklišstva še nikoli ni bil tako izpostavljen tako vztrajnemu napadu, ki sega od oglasov za različne diete, trženja alkohola, modnih pritiskov do dostopnosti do pornografije” (Biddulph 2013, 13) in da: “če se bomo prebudili in se zavedeli, kaj se dogaja, lahko to preprečimo. Deloma z ljubeznijo, ki jim jo dajemo, deloma z okoljem, ki jim ga ustvarjamo s svojo podporo in zanimanjem, in deloma z zaščito pred bejavimi in izkoriščevalskimi medijskimi sporočili iz sveta okoli njih. Moj priljubljen pregovor pravi: Ne moremo preprečiti, da ptice žalosti ne bi letele skozi naše življenje, vendar jim ni treba pustiti, da gnezdiijo v naših laseh!” (Biddulph 2013, 14). Avtorjeve misli so vsekakor poetične, vendar število tekmovanj BP in vse negativne posledice dokazujejo, da je realnost drugačna.

3 METODOLOŠKA IZHODIŠČA PRI OBRAVNAVI BP

To diplomsko delo bo empirično temeljilo na tipu družboslovnih raziskav, ki preučujejo stališča in vrednote (v tem primeru odzivnosti na določen kulturološki pojav, ki sem ga opremila najprej teoretično), vsebovalo pa bo tudi elemente analize vsebine medijskega poročanja, seveda na mikro ravni. S konkretnima raziskovalnima metodama bom na podlagi kvalitativnih ugotovitev poskušala prikazati različno obsežna odzivnostna sporočila na slovenskih portalih, z analizo odgovorov na vprašalnik pa bom poleg splošnih podatkov podala stanje odzivnosti med Slovenkami na pojav otroških lepotnih tekmovanj kot primer odzivnosti na hipotetično njim znan pojav. Enote raziskave bodo torej odgovori na spletnem viru ter 132 odgovorov ženskih oseb iz Slovenije na vprašalnik (social survey). Kot spoznavni cilji raziskav se bodo prepletale poizvedba, opis in pojasnitev. saj neposrednega teoretičnega gradiva o odzivnosti Slovenk na BP ni veliko na voljo.

Pot od ideje/ teorije oz. izhodišč do izkustvenega dela bo torej potekala na podlagi verjetnosti oz. deduktivno.

4 PREDSTAVITEV BEAUTY PAGEANTOV V GLOBALNEM SMISLU

Za jasnejšo predstavitev problema povzemam podatke po različnih spletnih straneh in po oddaji – resničnostem šovu *Toddlers & Tiaras* iz let 2009 do vključno 2016 in jih komentiram.

Na teh lepotnih tekmovanjih otrok izključno na podlagi prijave staršev sodelujejo otroci do 16 leta, lepotna tekmovanja v Ameriki pa na sploh imajo svojo tradicijo, kakršne v evropskem prostoru ni (*Children BP* so se najbolj razmahnila po letu 1960, ko so začeli sprejemati med tekmovalce otroke najnižjih starostnih skupin). Pojav se torej precej povezuje s časom visokega potrošništva, ki se je spreminjal v najbolj bizarne oblike.

V ZDA naj bi od tedaj priredili skupno 250 000 tekmovanj (*Statistic brain* 2016); leta 2003 je tovrstna industrija “prinesla 5 milijard \$, BP tekmovanj pa je bilo več kot 5000” (*Giroux* 2009). Na leto naj bi se v ZDA v takih prireditvah vrtelo do 20 milijard dolarjev, po svetu pa prirejajo približno 3000 BP letno (*Kelling* 2014). Gre torej za velike finančne učinke, ki si jih tudi ZDA ne branijo. Seveda pa je to področje pop kulture, kjer je kljub dobičku treba biti posebej pozoren na nivo.

Leta 2008 je televizijska mreža TLC začela predvajati oddajo *Toddlers & Tiaras*, ki jo je leta 2013 tedensko gledalo povprečno 1,3 milijona ljudi (*Miet* 2013) ter *King of the Crown*. V njej so v obliki resničnostnega šova razkrivali ozadje tekmovanj BP, ki je gledalce po vsem svetu pretreslo. Kljub kritikam pa ta tekmovanja še danes organizirajo pod različnimi imeni: *Pre-Teen Beauty Queen*, *Miss America Beauty*, *Pageant Princess*, *Bikini Baby*, *Mega Cute Disney Princess Glitzi Globes*, *Little Beauties of America* in druga (*Miet* 2013). Motivi organizatorjev in sodelujočih so očitno tako v povezavi, da bo pojav BP verjetno imel še dolgo prihodnost.

Na večino BP tekmovanj starši lahko prijavljajo le deklice, zato se v diplomskem delu osredotočam nanje. Za dečke so tekmovanja v manjšini. Javna kritika je dosegla, da je prijavljencev nanje manj, eden najbolj znanih BP za dečke je *Young Mr. USA*. Običajno organizirajo tekmovanje v 7 starostnih skupinah

povprečna starost udeleženk pa je 8 let, kar štejem v obdobje srednjega otroštva. Sama BP tekmovanja se odvijajo pred majhnim delom občinstva (pred 3 - 5 člansko žirijo in neposrednimi udeleženci); ker pa se tekmovanja snemajo, jih televizijske hiše zakupijo in jih predvajajo v svojem TV programu. Na ta način BP dobi milijone gledalcev. Še

večje število gledalcev pa lahko spremlja posamezne odlomke, zmagovalne izseke in intervjuje zmagovalk na spletnih straneh (posebej uporabna je You Tube). Za raziskovanje globalnega poznavanja BP je to število pomembno.

BP tekmovanja se po navedbah v oddaji *Toddlers & Tiaras* delijo na dve glavni vrsti: naravna in glitz. Pri "Naravnih" BP želijo ohraniti klasičen ameriški lepotni model in dovoljujejo le nevpadljiva kozmetična sredstva. Glitz BP tekmovanja pa podpirajo "pro-american modeling", kjer so pravila sodelovanja bolj sproščena – glede videza in izvajanja programa posamezne udeleženke. Zato se prijavljene udeleženke pripravljajo s strogo shujševalno dieto, z lepotnimi popravki zob in drugih delov telesa, uporabo visokih pet, lasulj oz. *hairstyla*, ličil, dodatkov in pripomočkov za nastop. Starši udeleženk imajo torej na izbiro tip tekmovanja, vendar je večji finančni učinek pri glitz BP. Na BP ne ocenjujejo le videza in sposobnosti nastopanja, temveč tudi individualnost, simpatičnost in samozavest tekmovalke, vendar za to, kot se velikokrat izkaže, ni pravega kriterija.

Glavna zmagovalka dobi pokal in krono, starši pa so prejemniki zneska v različnih višinah oz. zneska, ki se naloži v tekmovalkin poseben sklad. Leta 2013 je na *Universal Royalty National Pageant* v Austinu, v Teksasu osemletna Morganne prejela glavno nagrado v znesku 10 000 \$ (Miet 2013). Glede stroškov udeležbe so zneski odvisni od več dejavnikov: ali je tekmovanje "Naravno" ali "Glitz", kako daleč je od doma udeleženke, koliko spremljevalcev se ga udeleži, koliko poklicnih trenerjev je vključeno v priprave in podobno. Veliko BP tekmovanj poteka v hotelih, kjer naj bi udeleženci zaradi programa prireditve ostali nekaj dni. Stroški se seveda nanašajo tudi na obleko in dodatke za udeleženko, katerih razpon je zelo velik: od nekaj dolarjev do celo 8000 \$.

V ZDA so že v sedemdesetih letih feministična gibanja kritizirala lepotna tekmovanja nasploh, glede lepotnih tekmovanj otrok pa se mnenja delijo. Dokumentarni prikazi v medijih res uvrščajo take prireditve med bizarne: deklice nosijo umetne prsi, kadijo (lažne) cigarete, nastopajo bolne, neprespane ali pod vplivom energijske prehrane, glede na temperature so preveč ali premalo oblečene, nosijo stil oblačil prostitutk in barskih plesalk, naličene so s koži nevarnimi ličili in podobno. Predvsem pa so pod velikim psihološkim pritiskom, kakšno uvrstitev bodo dosegle. (IMDb *Toddlers & Tiaras* 2009).

Glede na navedeno so pričakovanja staršev seveda velika, ameriška javnost in sociologi sub kulture pa polemizirajo o prednostih in predvsem nevarnostih takih tekmovanj. Kot prednosti navajajo, da se otrok "...nauči javnega nastopanja, da pokaže svoje

talente, da ima boljšo perspektivo v življenju, predvsem v karieri fotomodela, se družijo z vrstniki” (IMDb Toddlers&Tiaras 2009). Sklicujejo se in prisegajo pa na to, da otroci sami hočejo sodelovati in da v tem uživajo, da so tega navajene iz vsakdanjega življenja in igre.

Nasproti podpori BP pa so na svetovnih in evropskih spletnih straneh (v forumih, blogih, člankih iz ženskih in drugih revij in portalov, v pozivih posameznih organizacij) tudi kritična mnenja. Na splošno jih zasledim v treh smereh:

- A) staršem več pomeni videz otrok kot njihova vzgoja in notranji svet
- B) staršem sicer notranji svet otrok pomeni več, vendar jih zaradi različnih vzrokov, tudi finančnih, prijavljajo
- C) starši so neodgovorni glede izpostavljanja otrok pornografskim situacijam na prireditvah in na spletnih straneh, kjer so nevarnosti pedofilskih akcij.

Kot realno posledico v psihološkem razvoju mladoletnice pa navajajo njihovo slabo samopodobo, ki kasneje v življenju temelji le na videzu, depresivnost in tesnoba, motnje hranjenja, odtujenost od lastne družine in podobno. Martina M. Cartwright iz Psychologytoday.com navaja:

Dekleta s svojo obsesivno sliko o sebi kličejo po hiperkritičnem odnosu do sebe. Sindrom princeske, kot rada poimenujem, postaja utvara, saj je težko biti tako vitek; dekleta zapadejo v neurejene prehranjevalne navade, so večno nezadovoljne s svojim telesom. Hitra raziskava je pokazala, da nekdanje tekmovalke res trpijo zaradi motenj hranjenja, druga raziskava pa prav tako pravi, da imajo tekmovalke kasneje slabšo podobo o svojem telesu. Kar 235 000 nekdanjih tekmovalk od 250 000 ima znake anoreksije ali bulimije večji del življenja. Zakaj? Ker jih v to silijo vedno nove prijave na tekmovanja. Želja ostati na vrhu je tako velika, da jim je vseeno, kaj počnejo s svojim telesom (Cartwright 2011).

Ameriška odvetnica Millicent Daniels pa glede zlorabe tekmovalk pravi: “Ob tem se pojavi problem oz. vprašanje, ali je otrok na lepotnih tekmovanjih izpostavljen pedofilom. To je nujen zorni kot, katerega bi morali starši pretehtati, še preden svoje otroke prijavijo na takšno tekmovanje.” (Daniels 2012).

Glede na navedeno so se pravila tekmovanja v ZDA zaostri, vendar se posamezne države, kjer so, po vzorih ameriških tekmovanj od leta 1970 dalje organizirali in še

organizirajo take prireditve, glede tega razlikujejo. Na podlagi različnih video clipov na You Tubu ugotavljam, da:

A) je najbolj pod vplivom globalizacijskega vzorca Avstralija, kjer že od sedemdesetih let organizirajo BP v Sydneyu (Universal Royalty) in Melbourne.

B) so v Latinski Ameriki pogosta taka tekmovanja predvsem v državah, ki so sicer pod vplivom ameriške kulture in tudi imajo tradicijo številnih prirejanj lepotnih tekmovanj na sploh. Njihov odnos do lepote je specifičen, zato so tudi pogosta Glitz BP tekmovanja.

C) je v azijskih deželah pogostnost lepotnih tekmovanj za otroke odvisna od mentalitete oz. prevladujoče veroizpovedi, seveda pa tudi od kapitalističnih vplivov: prevladujoči v BP tekmovanjih so Filipini (Little Miss Phillipines).

D) je v Evropi položaj children BP poseben. V Veliki Britaniji (Mini Miss UK) in Irski jih prirejajo in tudi komunikacijsko distribuirajo, v Franciji pa so 2013 predlagali in tudi kot prva zahodna država sprejeli zakon o prepovedi sodelovanj na lepotnih tekmovanjih mlajšim od 16 let.

Ugotavljam, da BP tekmovanj v neposredni obliki v Sloveniji nismo imeli in jih v letu 2016 nimamo.

5 PREDSTAVITEV ODZIVNOSTI SLOVENSKE JAVNOSTI NA BP NA PODLAGI RAZISKAV

Andrew Taussig, nekdanji direktor pri svetovnem servisu BBC je na zaključni konferenci projekta Odgovornost in odzivnost medijev leta 2009 na temo razmerja med medijskimi organizacijami in javnostjo postavil vprašanje, kdo je sploh javnost in odgovoril z novim vprašanjem: "Ali je to zbor ljudi, ki so najglasnejši in kličejo v program, da bi izrazili protest ali pohvalo?" (Delić 2009). Avtor poročila trdi, da "popolnega odgovora ni, kar ne pomeni, da si na to vprašanje ni treba odgovoriti" (Delić 2009). Zato je tudi težko opredeliti njeno odzivnost, vendar se lahko zatečemo primerjalni metodi.

Za odzivnost slovenske javnosti je na sploh pomenljiv podatek iz študije Mediawatcha, da je več kot polovica anketiranih študentk in študentov kot najljubšo izbrala spletno stran (portal) 24ur.com, sledili pa sta ji MMC in siol.net (Petković in drugi 2009). Prav tako je pomembna ugotovitev, da je

"kar polovica (51,6 odstotka) anketirancev navedla, katero javno vprašanje je leta 2008 zbudilo njihovo pozornost. Študentje in študentke so napisali vrsto odgovorov, med njimi pa so najbolj pogosti: afera Patria, gospodarska in finančna kriza, državnozborske volitve, predsedniške volitve v ZDA, odnosi s Hrvaško, ekologija/okolje, nov plačni sistem, tajkuni itn. Kar 48 % vprašanih pa je zapisalo, da nobeno javno vprašanje ni zbudilo njihove pozornosti. V obeh skupinah ni statistično značilnih razlik med spoloma" (Petković in drugi 2009).

Tema otroških lepotnih tekmovanj torej ni med njimi, prav tako ne katerakoli sorodna tema, ki bi sprovcirala neko javnost (npr. konkreten pedofilni, seksualistični dogodek, zaslužkarstvo ali drug pretresljiv globalni dogodek ali pojav). Slovenska filmska in tudi televizijska javnost pa je lahko v začetku leta 2007 gledala ameriško komično dramo Naša mala mis (Little Miss Sunshine, 2006) režiserjev Jonathana Daytona in Valerie Faris. Film je bil nagrajen z dvema oskarjema, pri slovenskem občinstvu pa je doživel različno odzivnost: od navdušenja nad igro in režijo do kritik o osladnosti. Res pa je, da ta film o družini Hoover, ki hiti s starim avtom pripeljati svojo (povprečno lepo) hči na lepotno tekmovanje, vsebuje tudi drugo problematiko družbe: poslovno neuspešen oče,

nezadovoljna mati, dedek - ostareli zasvojenec, uporniški sin in druge.

5.1 Primeri odzivnosti na BP iz slovenskih portalov

Glede na medijsko pomembnost portalov sem za odzivnost na pojav BP na internetnih straneh poiskala štiri primere portalov, kjer se je odrazila javna odzivnost na temo lepotnih tekmovanj otrok (po metodi vsebin medijskega poročanja):

- 1) Dnevnik z dne 31. 5. 2011
- 2) portal zenska.si z dne 15. 5. 2010
- 3) portal MMC z dne 18. 9. 2013
- 4) izjave na forumu diva.si/viewtopic z dne 12. december 2010 (od 12. 51 do 14.59 ure)

1. Dnevnik je spletna stran sicer slovenskega dnevnika z dolgo tradicijo in s 157 000 bralcev (IRB 2014); prav tako je priljubljen njihov portal. S podpisom (tk) informator/ica podaja članek z naslovom Lepotna tekmovanja za deklice – iskanje dobre samopodobe ali izkoriščanje otrok? (s posnetkom foto Daylife), ki uvodoma na kratko povzema značilnosti pojava “po vsem svetu, najbolj pa v ZDA,” drugi del novice pa začneja s prislovom na žalost ... “pa se vse skupaj prenaša na vse mlajša dekleta;” s tem informator/ica poda svoje negativno stališče, ki ga pa nadaljuje s utemeljitvijo. “Težava je, da v večini primerov te deklice živijo sanje svojih mater...” Nadaljevanje članka se nanaša na dogajanje v Melbournu je 24. maja 2011, ko je potekal protest proti lepotnim tekmovanjem za deklice; le-ta se je sprožil zaradi Cinderella Beauty Pageant v zahodnem Londonu pred nekaj dnevi pred poročanjem. Informatorica poroča o poteku in izidih tekmovanja, kjer da so zmagovalka in dve spremljevalki prejeli “kičaste tiare in še bolj kičaste trofeje”; s tem ovrednoti vrednost nagrade oz. smiselnost tekmovanja. Informatorica ob koncu članka izpostavi izkoriščanost deklic: “kar je še huje – izkoriščajo jih lastne matere!” članek pa konča z ugotovitvijo, da je “najhuje od vsega, da deklice jemljejo vse to izjemno resno...” Članek je torej zasnovan informativno s relativno neprikritim tonom neodobravanja (Dnevnik 2011).

2. Portal zenska.si ponuja vsebinsko zasnovano, kjer je kot prva rubrika najavljena Aktualno, znotraj nje pa različne podrubrike, med njimi tudi Zanimivo/ Bedarija dneva. 15. junija 2010 je bila torej kot “bedarija” uvrščen prispevek informator/ice P.P. s 6 tipičnimi posnetki tekmovalk, naslovljen z Ameriške male misice, ki so videti kot odrasle gospe! Pod posnetkom 1 informator/ica poleg informacij o pojavnosti tekmovalke le-to komentira: “Zveni kot nočna mora, a v Ameriki je to realnost lepotnih

tekmovanj za otroke.” Pod posnetkom 3 informator/ica navaja argumente zagovornikov lepotnih tekmovanj za otroke, takoj zatem pa komentira: “A glede na to, kaj počnejo z deklicami, preden se te udeležijo tekmovanja, je to malo težko verjeti.” Pod posnetkom 5 je komentar informator/ice v odvisniku: “Neposredno pred tekmovanjem pa skepso deklico čaka tretman, ki se ga še odrasle ženske redko privoščimo.” Pod posnetkom 6 pa je neposreden podpis pod posnetek “Male deklice, ki so obsedene z lepoto in tekmovanji.” Komentarji so očitno mišljeni kot dopolnila posnetkom, vendar izkazujejo skepso, osebni komentar, pa tudi neobjektivno/ zavajajočo informacijo, da so obsedene male deklice (in ne njihovi starši) (zenska.si 2010).

3. Portal MMC je septembra 2013 objavil novice o prepovedi prirejanja otroških lepotnih tekmovanj v Franciji. Odzivnost na to novico se je pokazala v devetnajstih komentarjih, pri katerem so ugotovili stanje glede na opredelitev z všečki v smislu “pravilno” + 43, v smislu “po dolgem času v francoski politiki nekaj pametnega” +0. Komentarji so bili v večini enoznačni in soglasni z vzpostavitvijo zakona (v Franciji), posamezni komentarji pa so bili v skladu z rezultatom. Kot odstopajočega navajam del komentarja: “Vpliv tega zakona bo ničen. Prava lepotna tekmovanja se namreč dogajajo na spletu, na ulicah ...” (MMC 2013). Problem lepotnih tekmovanj torej komentator posplošuje.

4. Kot neposreden vir odzivnosti na BP sem izbrala tudi forumsko komunikacijo med udeleženkami (prepoznavnimi pod spletnim imenom; vse so glede na omrežno oznako ženskega spola) na portalu diva.si. Njihove komentarje, ki se sicer deloma navezujejo eno na drugo, bi razvrstila v tri skupine:

A) izjave, ki so kratke in enoznačne

B) izjave, ki so razširjene

C) izjave, ki utemeljeno izkazujejo avtorjevo/avtoričino odzivnost na pojav.

A) K izjavam, ki so kratke in odločne, navajam nekaj primerov (v jezikovno nespremenjeni obliki; avtorice so uporabljale tudi nebesedne pisne prvine; velja za vse navedene primere): “Men so k 20 letne al pa še več punce... js sm proti temu.”/ “Definitivno sem proti tem tekmovanjem. Me zanima kako te punčke izgledajo čez par let...” / “10 let stara, voskanje obrvi WTF?!?” (diva.si 2010). Avtorice so torej čustveno precej odzivne, stališče do pojava pa je odklanjajoče.

B) Izjave, ki so razširjene, bi razdelila v dve podskupini:

- izjave, ki s kakšnim motivom iz BP oz. posnetkov, na katere se komentarji nanašajo, utemeljijo svoje mnenje na splošno: "Men je to bed. Sploh ko sem gledala, gel nohte, ene tono pudra, umetne trepalnice, pol pa jih skor vedno s fake tanom našpricajo. Vaje doma, kako se mora držat, hodit, smejat, govorit... NE NE NE" / "Odločno proti temu, otroci naj imajo otroštvo, če pa želijo kasneje ta tekmovanja po 18 letu, pa naj grejo svojo pot" / "Orng tole je pa grozno za kšno modno revijo nerečem, ampak tekmovanja za take mjhne je pa višek!" (diva.si 2010).

Avtorice očitno precej poznajo pojav BP in se do njega opredeljujejo z nekaterimi argumenti, ki pa so naravnani negativno.

- izjave, ki v komentarju vključujejo mnenje o odgovornosti in ravnanju staršev oz. mam udeleženk: "Sej so lušne pa vse sam se mi zdi, da jih bl starši v to rinejo k pa same. Sam tale na 1. sliki je pa grozna" / "Njihove mame nikoli niso prerasle faze igranja s punčkami. Mučenje otrok, mame bi jih morale zavarovati, ne pa izpostavljati in maltretirati. In izumetničen otrok ni lep otrok" / "Preveč šminke, petke, natupirani lasje, in kar je najpomembnejše, preveč stresa za štiri letne punčke, katerim edina okupacija bi naj bila igra ter učenje skozi igro, ne pa mučenje učenja koreografije, pravilnega nasmeška in mahanja ter poskakovanja v kopalkah pred starci" / "Men tudi ena punčka na sliki ni lepa. Ves ta make up, pa umetni zobje, lasje, nohti, puder...Prov smilijo se mi, brez otroštva pa te mame so tud neumne" / "To ne morš verjet, kaj starši delajo tem otrokom...po moje vse nedosežene ciljena vsak način hočejo izživet prek svojih otrok" (diva.si 2010).

Avtorice v izjavah kažejo jasno odzivnost do odnosa staršev oz. mam do pojava, ki je odklanjajoče, posebej pa se mi zdi zanimiva opazka, ki vključuje seksualizacijo pojava – poskakovanje v kopalkah pred starci. Člani ocenjevalnih komisij so namreč pogosto moški srednjih ali poznih let, ki so v poziciji prikrite pedofilije; avtorica izjave to obsoja.

C) Izjav, ki bi bolj poglobljeno obravnavale ta pojav, je v tej forumski komunikaciji manj, a kažejo izdelan odnos avtorjice do pojava.

Avtorica Milla zasvojenka se je razpisala o dokumentarcu, ki da ga je gledala, v katerem se je mama drugouvrščene udeleženke zjokala in navedla, koliko denarja da je šlo za obleko in trenerko tekmovalke. Avtorica komentarja navede, da pri njih "ne, ni

važno samo sodelovati, posebaj ne, ker je tolk denarja v vprašanju. Nagrade so res bajne” (diva.si 2010). Vrednoti torej finančne nagrade, ki jih udeleženske oz. njeni starši prejmejo ob uvrstitvi, kot bajne.

Vse avtorice forumske komunikacije so torej do pojava odklonilne, ne izražajo pa nobene namere, da bi se konkretneje ali aktivneje vključile v ozaveščanje o tem pojavu ali odpravljanju le-tega ne v globalnem ne v slovenskem kulturnem prostoru. Ugotovitev ni presenetljiva, saj na vprašanje Mediawatcha, “če so se odločili ukrepati, ko medijske vsebine zbudijo njihovo pozornost, kaj so v zvezi s tem naredili - deleži (N=1281) - nobeno vprašanje ni vzbudilo želje po ukrepanju pri 67,8 % (66,4 % študentk in študentov družboslovja/ humanistike, 70,1 % naravoslovja); internetni forum 9,8 % (družboslovje 10,5 %, naravoslovje 8,8 %); podpis peticije 3,9 % (družboslovje 4,4 %, naravoslovje 3,1 %); druge oblike (3,0 %)” (Petković in drugi 2009, 59).

Vzroke za tako stanje (ne)odzivnosti slovenske družbe lahko iščemo v različnih smereh, vendar neaktivnost v spreminjanju stanja glede BP povezujem z dejstvom, da je pojav sicer globalno znan, vendar prostorsko oddaljen; slovenskim ženskam se neposredno vključevanje v odpravljanje odklonilnih pojavov v ZDA očitno ne zdi smiselno. Res pa je, da se (vsaj mlajši) del slovenske ženske populacije kljub temu na različne načine vključuje v odpravljanje odklonilnih pojavov v ZDA in v globalnem svetu; kot primer navajam vključevanje v prizadevanja proti mučenju živali (v PETA in podobne organizacije), za podporo vegetarijanstvu in veganstvu, za pravice istospolnih, za človeške pravice in pravice otrok na sploh ter podobne. Sama se do BP sicer ne želim opredeljevati, vendar podpiram vsako dobro organizirano kampanjo proti/ za katerikoli pojav, ki izraža mnenje množice. Časi, ko so zatirali vsako iniciativo ljudstva, so dokončno mimo. Bati pa se je mlačnih, indiferentnih množic, ki teh možnosti ne izkoristijo.

5.2 Predstavitev rezultatov vprašalnika

Glede na to, da je Facebook med Slovenkami najpogostejše družabno omrežje, sem od 23. do 25. julija 2016 izvedla raziskavo z vprašalnikom na temo njihove odzivnosti na lepotna tekmovanja otrok. Do zaključenega vnašanja je na vprašalnik odgovorilo 132 ženskih oseb.

1. vprašanje (Starost ...) Vprašalnik je zajel 48 % oseb, starih od 23 do 30 let, 33 % oseb, starih od 18 do 22 let, 13 % oseb, starih več kot 30 let in 4 % oseb, starih manj kot

18 let.

2. vprašanje (Živim v ...) Za prebivališče so osebe 63 % navedle urbano (osrednjeslovensko) okolje, 35 % pa podeželsko.

3. vprašanje (Moj status je ...) Osebe so se glede na status opredelile, da so 70 % dijakinje ali študentke, 23 % zaposlene, 4 % pa nezaposlene.

4. vprašanje (Opravljen imam stopnjo izobrazbe ...) Glede na izobrazbo so se osebe opredelile 47 % z dokončano srednjo šolo ali gimnazijo, 32 % z dokončanim univerzitetnim študijem, 9 % z visokošolskim, 1 % pa z višješolskim študijem. Osnovno šolo ali nedokončano srednjo šolo je imelo 6 % oseb.

5. vprašanje (Sem...) Glede na zakonski stan so osebe navedle, da so 58 % poročene ali v partnerski zvezi, 39 % pa samske. Ločene ali vdove ni bilo nobene osebe.

6. vprašanje (Sem ...) Glede na temo vprašalnika je pomemben podatek, ali ima oseba lastne otroke. 62 % jih je odgovorilo, da so samske brez otrok, 10% pa poročene z enim otrokom. Samskih z otrokom je bilo 1 % oseb, poročenih z dva ali več otroci pa 2 %. Pri odzivnosti na lepotna tekmovanja otrok je torej treba upoštevati, da večina nima izkušenj z materinstvom, imajo pa seveda lasten pogled na problem BP.

7. vprašanje (Izraz Beauty Pageant (BP) mi je ...) Izraz Beauty Pageant (BP) je bil znan 45 % oseb, približno znan 21 %, neznan pa 24 %. Visok odstotek odgovorov znan, prikazuje stanje, da osebe v vprašalniku odgovarjajo verodostojno.

8. vprašanje (Za Beauty Pageante (lepotna tekmovanja otrok) sem slišala oz. izvedela iz ...) Število odgovorov (84 %), da so se z BP seznanile iz televizijskih programov in prispevkov sovпада s podatki iz študije Madiawatch. 21 % je o BP izvedelo iz ženskih časopisov in revij, 15 % iz dnevnih časopisov revij, 16 % iz pogovorov s prijateljicami in znankami, 14 % pa iz lastnih spletnih strani ali družabnih omrežij. Glede televizijskih programov navajam, da je oddaja Toddlers&Tiaras možno gledati na Discovery Travel and Living program, do katerega ima dostop veliko slovenskih gledalk, v dneh pridobivanja podatkov iz vprašalnika pa je bilo na You Tubu objavljeno več kot 450 videoposnetkov na temo children BP; večina se je nanašala na ZDA, z odlomki iz posameznih BP, nekaj pa je bilo tudi v obliki animiranega filma, preko katerega

naj bi se s BP seznanjali in "igrali" otroci. Dodajam, da se je bilo možno opredeliti za več odgovorov, kar je večina oseb tudi storila.

9. vprašanje (Informacijo sem dobila v ...) Glede na jezik, v katerem so dobile informacijo o BP, je 50 % oseb navedlo, da v angleškem jeziku, 13 % pa v slovenskem. Hrvaški/srbski jezik ali kakšen drug jezik je navedlo 1 % oseb. Tako visok odstotek prejetih informacij dokazuje, da se odzivnost oseb povezuje z dobrim znanjem angleščine oz. možnostmi dostopa do tujih televizijskih programov ali spletnih strani. Osebe so na ta način informirane iz neposrednega vira, kar je pri odzivnosti na BP vsekakor treba upoštevati.

10. vprašanje (Informacija se je nanašala na ...) Osebe so se opredelile tudi do tega, kako vsebinsko obsežna je bila posamezna prejeta informacija o BP. 29 % jih je dobilo informacijo o pojavu nasploh, 21 % pa o konkretnem (nedavnem) dogodku. 13 % oseb se ne spomni, na kaj se je informacija podrobneje nanašala; predvidevam, da je velik odstotek oseb informacijo dobilo v združenem vsebinskem obsegu (na sploh in konkretno), saj je večina medijskih informacij oblikovana na ta način.

11. vprašanje (Informacijo sem dobila preko...) Vprašalnik je predvideval tudi opredelitev glede na obliko pridobivanja informacije o BP, kar se mi zdi glede na temo informacije pomembno. 41 % oseb je dobilo informacijo s pretežno slikovnega gradiva (fotografskih posnetkov in dokumentarnega gradiva), kar pomeni, da je jim oblika nudila le delno možnost odzivnosti. 20 % oseb je informacijo dobilo preko slikovnega gradiva skupaj s tekstovnim, zato je verodostojnost njihove odzivnosti večja. 2 % oseb pa je informacijo le prebralo.

12. vprašanje (Informacija o Beauty Pageants (lepotnem tekmovanju otrok) se mi je zdela (označi od 1 - najmanj do 5 - najbolj) ...) Osebe so v vprašalniku označevale informacijo o BP, ki naj bi bila nazorna (32 % jih je v lestvici od 1 - najmanj do 5 – najbolj označilo s številko 3), ki je bila posredovana z željo vplivati na njeno mnenje (28 % jih je označilo s številko 1, prav tako 28 % pa s številko 3, 23 % pa s številko 2) in ki je bila posredovana z željo sodelovati v podobnih prireditvah (54 % jih je označilo s številko 1, 19 % s številko 2 in 21 % s številko 3). Odgovore povzemam v ugotovitev, da so osebe odzivnost pokazale v dvojni obliki: glede na to, da so dobile nazorne informacije, so bile le-te res takšne ali pa so se osebam le zdele; na njihovo mnenje ali

ravnanje v zvezi s BP pa naj ne bi vplivale. Osebe so torej pokazale mnenjsko distanco do teme.

13. vprašanje (Informacija se mi je zdela (označite od 1 do 5)...) Vprašalnik je natančneje predvideval opredelitev odnosa do določene informacije o BP. 25 % oseb je označilo s številko 4, da se jim je informacija zdela bizarna oz. informacija zabavnega značaja, 26 % oz. 25 % s številka 3 in 4 kot informacija seksističnega značaja, 27 % s številko 3 in 26 % s številko 5 pa se je zdela kot informacija kozmetično-modnega značaja. Odgovori prikazujejo odzivnost na take informacije kot na informacije, ki niso splošnoinformativnega značaja, prav tako se jim ne zdijo posebej seksistične in se odzivajo nanje kot na dopolnilo informacijam o (zlorabi) mode in kozmetike. S temi odgovori sicer kažejo nekritičnost do samih informacij, vendar sklepam, da so do samega pojava BP kritične.

14. vprašanje (Poznaš kakšno podobno prireditev na Slovenskem?) Da bi bila kakšna podobna prireditev na Slovenskem, je 49 % oseb odgovorilo, da jih ne poznajo, 3 % pa, da jih. Glede na to, da lepotnih tekmovanj otrok v smislu ameriških res ni, je odstotek pričakovan.

15. vprašanje (Se ti zdi možno, da se v prihodnosti take prireditve razmahnejo pri nas?) Za razumevanje odzivnosti na BP na Slovenskem se mi zdijo pomembni podatki, ki kažejo njihovo predvidevanje, da bi se v prihodnosti take prireditve razmahnile pri nas. 32 % jih je odgovorilo, da se jim zdi možno, vendar ne v velikem številu, 12 % pa, da se jim oz. celo verjetno glede na finančne in druge potrebe slovenskih staršev. Ti odstotki kažejo, da imajo osebe zmerno odzivnost na pojav oz. da se jim zdi glede na trenutno vsakdanje življenje na Slovenskem ta globalizacijska kulturna oblika povsem možna.

Vprašalnik v celoti bi lahko komentirala kot majhen, a nazoren prikaz odzivnosti slovenskih žensk na BP, ki imajo sicer vsaka svoje splošne etične vrednote, odnos do vzgoje, do javnih prireditev na sploh in drugo. Seveda bi bilo zanimivo opraviti raziskavo z vprašalnikom tudi pri Slovencih moškega spola, kajti tudi oni po mojem mnenju (sicer v manjši meri) poznajo pojav otroških lepotnih tekmovanj in imajo določeno odzivnost nanje.

Ugotovila sem, da so ženske, ki so izpolnile vprašalnik, večinoma ozaveščene bralke medijskih informacij in da razumejo problem lepotnih tekmovanj otrok širše.

Njihova odzivnost nanje sicer varira, v analizi pa kljub temu lahko podam nekaj ugotovitev.

Če se ozremo na podatke od 6. vprašanja dalje, so vprašalniki izpolnjevale večinoma mlade ženske brez otrok (kar daje poseben pogled na problem, saj v primeru navdušenja nad lastnim otrokom marsikatera mama prizanesljiveje gleda na pojave lepotnih tekmovanj; nasprotno pa so lahko ženske, ki imajo lastne otroke, do pojava še bolj odklonilne).

Seznajajo se predvsem skozi televizijske oddaje in prispevke v angleškem jeziku (pri tem se izpostavijo medijski manipulaciji določene TV, kaže pa se tudi povezljivost s 4. vprašanjem o doseženi stopnji izobrazbe. Osebe očitno dovolj dobro obvladajo tuj jezik, da spremljajo tuje TV programe, kar pa ne odpravlja možnosti, da ta medijska manipulacija nanje ne vpliva. Menim, da je ta vpliv manjši kot na osebe s slabim znanjem tujega jezika, katerih odzivnost na videno je v vsakem primeru drugačna.

Osebe so informacije dobivale v združenem vsebinskem obsegu (odzivnost se torej meri glede na odziv na konkreten pojav BP in na pojav na sploh skupaj), pri tem pa so večinoma navajale, da jih prispevki niso nagovarjali k udeležbi na BP oz. da so bili objektivno izvedeni (njihovo mnenje je seveda subjektivno, dejstvo pa je tudi, da v slovenskem prostoru prijave na določen BP ne bi mogle izvesti, saj v ameriški obliki teh prireditev pri nas ni; tekmovalko bi morale prijaviti v tujini). Prav tako subjektivna pa so njihova predvidevanja o razmahu BP na Slovenskem (zmernost v predvidevanjih je gotovo rezultat nejasnega razvoja slovenske družbe v prihodnje; glede na to, da aktualna dogajanja v slovenski družbi vendarle spremljajo, njihovo mnenje ni zanemarljivo).

6 SKLEP

V diplomskem delu sem teoretično in empirično predstavila odnos strokovne in slovenske ženske javnosti na kulturni pojav BP.

Na podlagi dedukcije sem ugotovila, da ameriški in drugi teoretiki analizirajo vzroke za ta pojav v ZDA, ameriška in svetovna javnost pa se nanj odzivata različno. Kvalitativne ugotovitve pa so pokazale, da slovenska ženska javnost pojav BP načeloma pozna in ga povezuje z značilnostmi ameriške in globalne družbe, vendar se nanj odziva odklanjajoče oz. z zadržki. S tem se je moja uvodna teza popolnoma potrdila, na podlagi poizvedbe in opisa pa sem še ugotovila, da večina v odgovorih na vprašalnik daje možnost, da bi se BP v slovenskem prostoru pojavili in tudi v omejenem obsegu razmahnili.

Določene oblike izpostavljanja otrok res opazamo že dolgo: vsak slovenski starš je ponosen na svojega otroka, če je odličnjak, uspešen v športu in med vrstniki ali če je prijetnega videza. Mnogi pri doseganju le-tega ne izbirajo sredstev, tudi če gre le za statiranje v mladinskem filmu ali otroško modno revijo. Aleš Debeljak je v svoji knjigi napisal: "Od zastrašujoče osamljenosti, ki danes pušča globoke brazgotine na dušah tolikerih ljudi v deželi pod Kipom svobode, po mojem pesimističnem predvidevanju Slovencev ne ločuje zgolj Atlantski ocean, ampak morda samo še kakšnih trideset let, dve generaciji" (Debeljak 1994, 176). Upajmo, da te brazgotine v naši družbi ne bodo preglboke.

7 LITERATURA

1. Biddulph, Steve. 2013. *Vzgoja deklet, Priročnik, ki vam bo pomagal, da bo vasa hči odrasla v pametno, prijazno in močno žensko*. Tržič: Učila international.
2. Bourdieu, Pierre. 2010. *Moška dominacija*. Ljubljana: Založba Sophia.
3. Cartwright, M. Martina. 2011. Child Beauty Pageants: *What Are We Teaching Our Girls?* Psihology Today. Dostopno prek: <https://www.psychologytoday.com/blog/food-thought/201108/child-beauty-pageants-what-are-we-teaching-our-girls> (12. maj 2016).
4. Daniels, Millicent. 2012. *Miss guided vs. Miss understood: Beauty pageants in the modernfeminist era*. Jay law. Dostopno prek: http://jay.law.ou.edu/faculty/Jmaute/Feminist_Jurisprudence/Fall%202012/MillicentDaniels_draft.pdf (30. julij 2016).
5. Debord, Guy. 1999. *Družba spektakla, Komentarji k Družbi spektakla; Panegirik, prvi del*. Ljubljana: ŠOU.
6. Deliċ, Anuška. 2009. *Ali lahko kriza stimulira odgovornost medijev?* Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/odgovornost/> (1. julij 2016).
7. Diva.si. 2010. *Otroška lepotna tekmovanja*. Dostopno prek: <http://www.diva.si/forum/viewtopic.php?t=38914> (23. julij 2016).
8. Dnevnik. 2011. *Lepotna tekmovanja za deklice – iskanje dobre samopodobe ali izkoriščanje otrok?* Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042448598> (31. julij 2013).

9. Giroux, A. Henry. 2009. *Child Beauty Pageants: A Scene From the "Other America"*. Truthout. Dostopno prek: <http://truthout.org/archive/component/k2/item/84012:child-beauty-pageants-a-scene-from-the-other-america> (11. avgust 2016).
10. IRB. 2014. *Valutni podatki 2013/2014*. Dostopno prek: <http://www.nrb.info/podatki/index.html> (12. april 2016).
11. Kellner, Douglas in Poberžnik Polona. 2006. *Medijska kultura in zmagoslavje spektakla*. Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-JM3SD2WU/> (2. avgust 2016).
12. Kuhar, Metka. 2004. *V imenu lepote, Družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: FDV.
13. Lasch, Christopher. 2012. *Kultura narcizizma: ameriško življenje v času zmanjšanih pričakovanj*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
14. Kelling, Krista. 2014. *Beauty pageant for young children*. Storify. Dostopno prek: <https://storify.com/kellinkm/beauty-pageants-for-young-children> (14. julij 2016).
15. Milet, Hannah. 2013. *How Child Beauty Pageants Got Weird*. Vocative. Dostopno prek: <http://www.vocativ.com/culture/uncategorized/child-beauty-pageants-gotweird/> (6. maj 2016).
16. Miller, Alice. 1993. *Drama je biti otrok in iskanje resnice o sebi*. Ljubljana: Založba: Tangram.
17. MMC. 2013. *Francija za prepoved otroških lepotnih tekmovanj*. Dostopno prek: <http://www.rtvsllo.si/svet/francija-za-prepoved-otroskih-lepotnih-tekmovanj/318013> (18. junij 2016).

18. Smith, S. Alison. 2012. *Toddlers and tiaras arrive in UK: Girl, 3, set to parade in high heels and a bikini for Britain's first baby beauty pageant*. Dailymail, 11. april. Dostopno prek: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2128429/Miss-Mini-Princess-UK-Lexci-3-enter-Britains-US-style-baby-beauty-pageant.html> (4. avgust 2016).
19. IMDb. *Toddlers and Tiaras*. 2009. Dostopno prek: <http://www.imdb.com/title/tt1364951/combined> (1. avgust 2016).
20. Statistic brain. 2016. *Beauty Pageant Statistics*. Dostopno prek: <http://www.statisticbrain.com/beauty-pageant-statistics/> (24. avgust 2016).
21. Petković, Brankica., Marko Prpič, Neva Nahtigal, Sandra B. Hrvatin. 2009. *Spremljanje in vrednotenje medijev: Anketa med študenti, etničnimi manjšinami in politiki v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
22. Verša, Dorotea. 1996. *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.
23. Vogrinc, Jože. 2013. *Globalizacija kulturnih oblik*. Agregat, 9. julij. Dostopno prek: <http://www.sociologija.si/agregat/globalizacija-kulturnih-oblik/> (25. julij 2016).
24. Zenska.si. 2010. *Ameriške mlade misice, ki so videti kot gospe!*. Dostopno prek: <http://zenska.hudo.com/zanimivo/bedarija-dneva/foto-ameriske-male-misice-ki-so-videti-kot-odrasle-gospe/> (15. julij 2016).
25. You Tube. 2015. *Toddlers and Tiaras Season 5 Episode 1 full HD*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=MTYLKFA9Lmg> (23. junij 2016).

Priloga A:

Vprašalnik

1. Starost:

Manj kot 18 let
18 – 22 let
23-30 let
Več kot 30 let

2. Živim v:

Urbanem (osrednjeslovenskem) okolju
Podeželskem okolju

3. Moj status je:

Dijakinja / študentka
zaposlena
nezaposlena

4. Opravljeno imam stopnjo izobrazbe:

Onovna šola ali nedokončana srednja šola
Dokončana srednja šola ali gimnazija
Višješolski študij
Univerzitetni študij
Opravljene oblike podiplomskega študija

5. Sem:

Samska
Poročena oz. v partnerski zvezi
Ločena
Vdova

6. Sem:

Samska brez otrok
Samska z otrokom/ več otroci
Poročena z otrokom
Poročena z dva ali več otrok

7. Izraz Beauty Pageant (BP) mi je:

Znan
Približno znan
Neznan

8. Za BP sem slišala oz. izvedela iz:

dnevnik časopisov in revij
ženskih revij in portalov
televizijskih portalov in prispevkov
pogovorov s prijateljicami in znankami
lastnih spletnih vsebin, kjer sem prejela določena
sporočila z BP vsebino

9. Informacijo sem dobila v:

slovenskem jeziku
hrvaškem/ srbskem jeziku
angleškem jeziku
kakšnem drugem jeziku: _____

10. Informacija se je nanašala na:

pojav nasploh
na konkreten (nedavni) BP dogodek
ne spomnim se

11. Pri spremljanju tovrstne informacije se mi zdi bolj sporno:

vključevanje deklic v BP
vključevanje dečkov v BP
obojih enako
ne zdi se mi posebej sporno
drugo: _____

11. 2 informacije sem dobila preko:

pretežno tekstovnega dela
preko pretežno slikovnega gradiva
preko obojega skupaj

12. Informacije o BP se mi je zdela

(označite od 1 do 5):

nazorna
posredovana z željo vplivati na moje mnenje
posredovana z željo vplivati na moje ravnanje
(sodelovanje v podobnih prireditvah)

13. Informacija se mi je zdela (označite od 1 do 5):

Kot bizarna novica oz. informacija zabavnega
značaja
Kot informacija seksističnega značaja
Kot informacija kozmetično - modernega značaja

14. Poznaš kakšno podobno prireditev na Slovenskem?

Da
Ne

15. Se ti zdi možno, da se take prireditve razmahnejo tudi pri nas?

Ne zdi se mi možno
Zdi se mi možno oz. celo verjetno glede na finančne
in druge potrebe slovenskih staršev
Ne vem