

## Od zaobljenih bokov in polnih prsi do deškega ideala in izjemne vitkosti

Številne raziskave potrjujejo, da so realnim moškim najbolj všeč ženske s konfekcijskimi številkami od 40 do 44, pojasnjuje psihologinja in psihoterapevtka dr. Andreja Pšeničny. A ženske to znova in znova preslišijo, saj je očitno vpliv izjemno vitkih manekenk (pre)močan. Če hočemo biti zadovoljni, moramo sprejeti sebe, ne pa slediti idealom, svetuje naša sogovornica.



(Foto: Thinkstock)

"Skrb za telo ni nova ne za ženske ne za moške," pravi dr. **Andreja Pšeničny**, psihologinja in psihoterapevtka. "Želja po izražanju statusa skozi telesni videz je stara toliko kot civilizacija," pa pojasnjuje socialna psihologinja in komunikologinja **Metka Kuhar**. Ženske in tudi moški, a v tokratnem članku se bomo osredotočili na ženske, so danes z lepotnimi ideali bombardirane na vsakem koraku, in zdi se, da je skrb za telo postala projekt, ki pomeni nenehno delo na sebi. O tem smo povprašali tako Pšeničnyjevo kot Kuharjevo. V poplavi informacij o tem kaj je lepo so ženske namreč pogosto zmedene. Med drugim smo ju tudi povprašali, kako se spopadati z nezadovoljstvom, ki ga povzroča neskladje med resničnim in zelenim idealnim telesom.

"Ženske preslišijo sporočila številnih raziskav, ki znova in znova potrjujejo, da so realnim moškim najbolj všeč ženske s konfekcijskimi številkami od 40 do 44. Rade bi ljubezen realnega moškega, a mu ne verjamejo, da jih ima rad take, kot so," poudarja Andreja Pšeničny. A zakaj je tako? Če se ozremo v zgodovino, namreč vidimo, da je tudi zaobljeno žensko telo nekoč veljalo za ideal. Kdaj se je torej trend obrnil in so ideal postale izjemno vitke ženske?

Telesni ideali so po navadi nenaravni odkloni od povprečnega stanja, zato jih lahko dosežejo zgolj tisti, ki imajo čas, denar in si lahko zagotovijo določen način življenja, da se lahko s svojim telesom ukvarjajo.

**Metka Kuhar**

### Od zaobljenih bokov in polnih prsi do deškega ideala in izjemne vitkosti

Kuharjeva pojasnjuje, da so se v človeški zgodovini telesne oblike, ki so veljale za privlačne, skozi stoletja precej spreminjale. V zahodni zgodovini so se največkrat z lepotičenjem lahko ukvarjali samo najvišji sloji, ki so na ta način izkazovali svoj prestiž. Skrb za lepoto ni bila povezana izključno z ženskim spolom, temveč s privilegiranim

življenjem. Na dvorih so se tako moški kot tudi ženske kitili z izumetničenimi pričeskami ali lasuljami, napudranimi obrazi, našminkanimi ustnicami, modnimi dodatki, visokimi petami. V poznem 18. stoletju pa so v ospredje stopile razlike med spoloma, moški so se začeli oblačiti preprosto, svojemu videzu so posvečali manj pozornosti, ženske pa so se vedno bolj obremenjevale z lepotnimi ideali. V tem obdobju so namreč moški množično začeli delati v tovarnah, ženske pa so skrbele za dom in družino.

Od srednjega veka do prehoda v 20. stoletje so mršavost povezovali z boleznijo in revščino. Portreti lepih žensk so prikazovali okrogel trebuh, zaobljene boke, prsi so bile polne, toda skromne velikosti v primerjavi s preostalim telesom, o spreminjanju telesnih idealov skozi čas pripoveduje Kuharjeva. Še dobro stoletje nazaj so torej zajetne in zaobljene ženske veljale za lepe tudi v zahodnih družbah. Bitka proti debelosti se je v ZDA začela med leti 1890 in 1910 in traja še danes, standardi lepote in mode pa so se iz ZDA razširili tudi drugje po Zahodu, kar so omogočili tudi vedno bolj razširjeni množični mediji. V tem obdobju je vitko telo postalo znak visokega statusa, v prvi polovici 20. stoletja pa sta lepotne ideale začela krojiti ameriška industrija in Hollywood.

Po prvi svetovni vojni je postal ideal vseh žensk t. i. nedoraslo dekle s ploskim oprsjem in vitkimi nogami. Ženske so svoja telesa skušale prilagoditi deškemu idealu tudi s stradanjem in strogo vadbo. Po drugi svetovni vojni pa sta Hollywood in modna industrija poudarjala globoke dekolteje in podložene modrčke, zelo ozke pasove in steznike, zibajoče se široke boke in visoke pete. Ideal je takrat predstavljala **Marilyn Monroe**.

Nato pa je trend bujnih oprsij zamenjal trend izjemne vitkosti. To obdobje je zaznamovala Twiggy, ki je imela deško postavo in frizuro, tehtala je borih 43 kilogramov pri 168 centimetrih višine. Po Twiggy je postala vzornica številnih žensk Jane Fonda, ki je z aerobiko uveljavila ideal čilega, čvrstega, prožnega, mišičastega ženskega telesa. Dandanes pa je vsem manekenkam skupno, da so zelo vitke, zaključuje Kuharjeva.



Po drugi svetovni vojni je s polno postavo navduševala Marilyn Monroe (desno). V 60. letih pa je Twiggy osvojila in začarala modni svet (levo). (Foto: AP)

## In kako naj se ženske 'spopodajo' s to današnjo idealno podobo vitkega telesa?

Pšeničnyjeva poudarja, da moramo ločiti med zdravo skrbjo zase in na drugi strani obsesijo, to je nenehnim, prisilnim ukvarjanjem s svojim telesom in videzom. Kot primer navede situacijo, ko nekdo pazi na vsak svoj grižljaj in obsedeno telovadi, da se ne bi kjerkoli poznal kakšen gram telesne maščobe. Tovrstno početje sodi med motnje hranjenja in je enako problematično kot recimo prenejedanje, pojasnjuje psihologinja. Medtem pa zdrava skrb zase pomeni primerno ukvarjanje s športom in kvalitetno prehranjevanje, katerega cilj je ohraniti zdravje in vzdrževati primerno delovanje telesa, še dodaja.

A v poplavi različnih informacij, kaj je zdravo, so ženske pogosto zmedene. Kako se torej orientirati? To, kaj je zdravo telo, je domena zdravnikov, poudarja Pšeničnyjeva. A dodaja, da lahko brez dvoma zatrdi, da nobena skrajnost ni ustrezna. Kot pojasnjuje, so telesna masa in razmerja le eden od spektrov zdravja. *"To, kaj jemo, vpliva le na določene bolezni, na druge pa prav nič,"* še poudarja.

Za spreminjanje predstave o sebi sprememba videza seveda ni dovolj, potreben je dolgotrajen čustveno varen odnos z drugačnimi sporočili. Past pa je v tem, da ljudje z nizkim samovrednotenje nezavedno izbirajo take osebe, ki prikrito ali odkrito pritrjujejo njihovi nizki samopodobi. Zato je ponavadi šele psihoterapevt tisti, ki lahko pomaga spremeniti odnos do sebe.

### Andreja Pšeničny

Kuharjeva pa pojasnjuje, da ima vsako telo določeno težo, ki jo z lahkoto ohranja. Ob sodobnem sedečem življenjskem stilu pa sta pomembni gibanje in prehranjevanje, a poudarja, da ni nekih univerzalnih pravil.

### 'Naš glavni kritik je znotraj nas'

Ali lahko rečemo, da ukvarjanje s telesom narekuje tudi današnja potrošniška družba, vprašamo Kuharjevo. *"Gotovo. Zanimanje za telo je danes predvsem tržno in potrošniško usmerjeno,"* odgovarja. Kot pojasnjuje, *"potrošniški kapitalizem potrebuje nezadovoljne potrošnike, ki nenehno ocenjujejo in spreminjajo sebe in svoje telo, ki ni nikoli dovolj dobro. Dietna, kozmetična, vadbena in sorodne industrije pri ljudeh ustvarjajo in ohranjajo problem – nenehno nezadovoljstvo s telesom – in jim nato ponujajo rešitve zanj, skratka primer 'popolne' industrije."* Pri tem Kuharjeva poudarja, da imajo tudi mediji izjemno pomembno vlogo pri razširjanju idealiziranih podob in informacij, kako doseči idealen zunanji videz.

Pšeničnyjeva pojasnjuje, da mediji zgolj podpirajo naše notranje kritike. *"Naš glavni kritik in preganjalec je znotraj nas in ga le pripisujemo drugim,"* poudarja, kar recimo dokazuje, zakaj ženske preslišijo sporočila, da so moškimi vseč tiste ženske, ki nosijo konfekcijsko številko od 40 do 44.

Vplivu, ki ga imajo množični mediji, se ne moremo vedno upreti, poudarja Pšeničnyjeva, a pomaga že to, da po medijih ne hlastamo in se nenehno ne primerjamo ter da vzpostavimo kritično distanco do tega, kar nam mediji kažejo. *"Zavedati se moramo, da so te slike idealizirane, da je za videz v določenem trenutku poskrbela ekipa ljudi in da tudi tisti, ki jih morda občudujemo, v vsakdanjem življenju ne izgledajo kot na določenem posnetku. Zato je primerjanje s posnetki enako, kot da verjamemo pravljicam, torej popolnoma nesmiselno. Konec koncev tudi mi ne izgledamo vsak dan tako, kot na svoji poročni fotografiji,"* poudarja.

Tudi Kuharjeva pravi, da se ženske ne zavedajo, da je večina lepotic na plakatih in ekranih nenehno na dietah, da nenehno telovadijo, da so bile na kakšni lepotni operaciji, poleg tega pa so strokovno naličene in fotografirane, njihove slike pa še računalniško obdelane. In kot dodaja, tudi te ženske zase pravijo, da se še same ne prepoznajo na fotografijah, čeprav imajo tako postavo, s kakršno se lahko rodi največ ena od stotih deklet.

"Bolj ko so ženske negotove in nezadovoljne s seboj, več lepotnih pripomočkov, garderobe, lepotnih posegov, pa tudi vsega drugega bodo kupile. Upam si trditi, da je cilj trenutnih lepotnih idealov predvsem povečevanje zaslužka tistih, ki s pomočjo medijev, ki so tudi neposredni ali posredno v njihovi lasti, podpirajo našo negotovost," meni Pšeničnyjeva.



Lepotno tekmovanje pred približno 50 leti v Kulturnem domu na Vranskem. (Foto: Arhiv občina Vranksko)

### **'Kadar sebe ne sprejemamo in se ne cenimo, se skušamo nenehno spreminjati'**

Pšeničnyjeva pravi, da je glavna težava, ker si nerealno predstavljamo, da bomo zaradi spremenjenega videza samozavestnejši in bolj zadovoljni s seboj. To idealizacijo pa močno podpirajo mediji, dodaja. *"Kadar sebe ne sprejemamo in se ne cenimo, se skušamo nenehno spreminjati. Težave so torej posledica neustrezne samopodobe, ne pa njen vzrok. Če smo sebi všeč samo takrat, ko je naše telo podobno trenutnim idealom, je z našim samovrednotenjem nekaj resno narobe,"* pojasnjuje psihologinja.

Kot nadalje pripoveduje, naše samovrednotenje temelji na sporočilih, ki smo jih kot otroci dobivali od staršev, torej koliko smo bili v njihovih očeh vredni ljubezni in spoštovanja. *"Če so starševska sporočila izhajala iz pretirane kitičnosti oziroma zavračanja ali pa iz nekritičnega občudovanja, bo naša predstava o sebi izkrivljena. Zato bomo sicer že iz nevtralnega pogleda drugih prebrali kritiko in zavračanje. Najbolj enostavno je seveda to pripisati svoji zunanosti in jo skušati nenehno spreminjati in iskati občudovanje,"* o vzrokih za nenehno delo na sebi pravi Pšeničnyjeva. Starši bi se morali zavedati, da je otrok vreden ljubezni tudi takrat, ko ni idealen in tudi takrat, ko nas razočara. *"Otrok, ki bo odrasel v takem odnosu, ne bo negotov, zato ne bo nenehno iskal potrditev drugih s sledenjem 'idealom'. Ker pa se otroci močno zgledujejo po starših, je zelo pomembno, da se tudi sami nehamo truditi iskati idealno telo in za cilj postavimo zdrav pozitiven odnos s seboj."*

Na družbeni ravni bi pomagala sprememba mentalitete, da naše telo ni zgolj modni dodatek, ki ga je mogoče narediti idealnega z ustrezno količino denarja in/ali truda. Na naš videz vpliva več dejavnikov, od genetike do načina življenja in ne moremo vplivati na vse.

**Andreja Pšeničny**

Naša sogovornica poudarja, da se premalo zavedamo, da bomo zaradi lepega videza res morda občudovani, ljubljani pa smo predvsem zaradi svojega značaja. *"Tisti, ki išče predvsem občudovanje, se nenehno boji, je negotov, saj to lahko zbledi ob najmanjšem razočaranju, kar še zmanjšuje samovrednotenje. To pa vodi v začaran krog novega iskanja 'idealnega' videza,"* pojasnjuje.

### **'Število všečkov ne more nadomestiti varne čustvene bližine'**

Ko govorimo o lepotnih idealih, ne moremo mimo družbenih omrežij – objavljanje selfijev, štetje všečkov na Facebooku ... Kako vse to vpliva na dojemanje ženske lepote? Pšeničnyjeva pravi, da družbena omrežja zgolj odslkavajo družbene trende. Kot pojasnjuje, živimo v narcistični družbi, ki nenehno išče občudovanje in ideale. *"Ker je v ozadju narcizma vedno nizko samovrednotenje (ne glede na to, kako se kaže navzven), je nenehno iskanje zunanjih potrditev našega videza, torej naše zunanje fasade, popolnoma razumljivo."*

Na vprašanje, ali so najstnice bolj podvržene vplivom družbenih omrežij, Pšeničnyjeva pravi, da najstniki zgolj nekritično ponavljajo tisto, kar vidijo doma in v medijih. Ključno pa je, da tudi najstniki zamenjujejo pojma 'všeč mi je' in 'lepo je.' *"Všeč mi je' je izražanje osebnega pogleda oziroma stališča, 'lepo' je pa je vrednostna sodba. Če je neki skupini nekaj všeč, to ne pomeni, da je to res lepo. Če svojim prijateljem pogosto nismo všeč, bi bilo morda vredno razmisliti, zakaj smo si izbrali prijatelje, ki nas nenehno kritizirajo. Morda smo si take poiskali, ker smo v resnici sami nezadovoljni s sabo. In tudi obratno, še tako veliko všečkov ne bo popravilo naše nizke samopodobe. Kruto, ampak resnično. Ta se oblikuje v bližnjem čustvenem odnosu in lahko edino tako tudi spreminja. Tukaj kvantiteta (število všečkov) pač ne more nadomestiti kvalitete (varne čustvene bližine),"* pojasnjuje psihologinja.

Kuharjeva pravi, da raziskave, opravljene na to temo, kažejo predvsem na negativni vpliv družbenih omrežij, torej na še večjo obremenjenost z videzom, zlasti pri ženskah. A kot dodaja, ne smemo zanemariti še enega pomembnega vidika, in sicer, da posamezniki ne objavljajo fotografij na omrežij le zato, da bi razkazovali svoj videz, temveč tudi zato, da bi vzdrževali stike, kar pomeni, da vplivi družbenih omrežij niso izključno negativni.



Kuharjeva pravi, da se ženske ne zavedajo, da je večina lepotic na plakatih in ekranih nenehno na dietah. (Foto: Thinkstock)

## **'Za naše zadovoljstvo je odločilno sprejemanje sebe, ne pa sledenje idealom'**

Za zaključek vprašamo še, kako se izogniti nezadovoljstvu ali celo bolečini, ki jo povzroča neskladje med resničnim in želenim idealnim telesom.

Kuharjeva svetuje, da ženske najdejo način, da pridejo v stik z lastnim telesom v smislu utelešenosti. *"Če telo res čutimo, potem je manjša verjetnost, da se posebej oziramo na samo obliko oz. smo obremenjeni z njo. Pomaga tudi krepitev samopodobe, iskanje drugih izpolnjujočih identitetnih področjih, če smo preobremenjeni z videzom,"* pojasnjuje. Prav tako pa se lahko precej naredi z ozaveščanjem, recimo že v šolah, dodaja.

V prvi vrsti je pomembno zavedanje, da je za naše samozaupanje in zadovoljstvo odločilno sprejemanje sebe, ne pa sledenje idealom, odgovarja Pšeničnyjeva. *"Ko bomo to osvojili, bo postal ideal zdrava skrb zase v celoti, ne zgolj za svoje telo in ne obsesivno iskanje načinov, da bi postali čim bolj podobni nerealnim in tudi nezdravim idealom,"* poudarja.

*"Oseba, ki je čustveno stabilna in nosi v sebi zdravo samovrednotenje in samozaupanje, se ima rada, se ceni in spoštuje. Vidi se realno, pozna svoje prednosti in pomanjkljivosti in jih tudi sprejema kot del sebe, ne da bi čutila potrebo, da pomanjkljivosti odpravlja, ker vidi sebe kot celoto. Taka oseba je s seboj zadovoljna tudi brez idealnega telesa, saj svoje zadovoljstvo črpa iz tega, da ve, da je vredna ljubezni in spoštovanja tudi brez idealiziranega občudovanja drugih. Če pa smo nenehno nezadovoljni s seboj in zaskrbljeni, da ne bomo všeč drugim, če nismo tako rekoč idealni, potem imamo resne težave s samopodobo in samovrednotenjem. V tem primeru nam bo dolgoročno veliko več prinesla investicija v psihoterapijo kot pa v lepotno operacijo,"* zaključuje Pšeničnyjeva.