

Pregledni znanstveni članek (1.02)
BV 72 (2012) 3, 459—474
UDK: 316.774-053.6
Besedilo prejeto: 05/2012; sprejeto: 07/2012

Mateja Centa

Negativni vpliv medijev in okolice na vrednote in na samopodobo mladostnic

Povzetek: Mladostnice, ki prihajajo iz poškodovanih primarnih družin, imajo zato skrhan ali neuporaben dialog. Teže se zavedajo možnosti za samoupravo svojega življenja. Zgodi se tudi, da se te možnosti sploh nikoli ne zavedo. Mladostnice, ki nimajo trdnih vrednot ali osebe, ki bi jih usmerjala v življenju, najdejo napačno okolico, kjer si želijo uresničevati svojo samopodobo. Značilne pogoste lastnosti, ki se pokažejo pri takšnih dekletih, so neodločnost, nezmožnost dialoga, nesprijemanje odgovornosti, hrepenenje, nerazumevanje vrednot in površinskost. S temi lastnostmi so povezani značilni problemi, s katerimi se soočajo, to so razvrednotena spolnost; neobvladljivost in nezmožnost vzpostavitve odnosov in necenjenost telesa nasploh. Raziskava pokaže, da ne te probleme vplivajo tri okolja, ki se med seboj povezujejo in nadgrajujejo. To so družina, sekundarno okolje (šola, družba) in mediji.

Ključne besede: dialog, lažna samopodoba, mediji, mladostnice, moda, okolica, razvrednotena spolnost, razvrednotene vrednote

Abstract: **Negative influence of the media and social environment on the values and self-image of adolescent girls**

Adolescent girls coming from ruined primary families usually lack conversational skills and have difficulties regulating their own lives; often they are not even aware of the possibility for managing their lives. Girls without firm core values or authority figures who would help them direct their lives often find inappropriate environments in which to realize their self-image. The most common characteristics that appear in these girls are difficulties with decision-making, inability to communicate, rejection of responsibility, longing, misunderstanding of values and superficiality. These characteristics are related to serious problems, such as devaluation of sexuality, difficulties with controlling and maintaining relationships, and irreverence for their bodies. This research shows that family, secondary environment (school, society) and the media are the three principal factors, all interconnected, that are responsible for these problems.

Key words: dialogue, false self-image, the media, youth, adolescent girls, fashion, environment, ruined values, ruined sexuality

1. Jaz kot odprt sistem pri mladostniku

Náš jaz je močno zapisan tudi v podzavesti in se ga ne zavedamo, temveč ga spoznavamo z novimi izkušnjami/dogodki. Hkrati vedno ostaja smernik posameznika, kot značilnost, vir osebe. Kakor pravi Rainwatersova, naj bi bil zato posameznik odgovoren, da se skuša zavedati tega dela svojega jaza, ko se pokaže, in da ne pade pod vpliv zunanjih dejavnikov, ki bi morda zameglili realno sliko (Giddens 1999, 75). Jaz je kot nekakšen urejevalnik samopodobe, zunanjih delov osebe in celo najbolj zunanjih fizioloških delov osebe. Ves čas je pod pritiskom in v nevarnosti, da izgubi stik z realno sliko, zato mora biti odprt, da lahko napreduje in preživi. Tako ne bo podlegel jazu, ki bi si ga privzel zaradi različnih šibkosti.

Na prve večje izzive samopodobe naletimo v obdobju adolescence, odraščanja, ki je obdobje nihanja razpoloženja in vedenja, saj spolni hormoni enako močno vplivajo na telesni in na čustveni razvoj. Kobal Grum opredeljuje samospoštovanje – drugače od samopodobe, ki je bolj nevtralen opis sebe – kot vrednostni samopis, čustva, ki jih oseba goji do sebe (Valič 2010, 26). Marsh pa ugotavlja, da samospoštovanje na prehodu v mladostništvu zelo upade, to pa naj bi bilo še bolj značilno za dekleta kakor fante (29). Zato lahko takrat nastopi veliko težav v dialogu in kot posledica tega z obvladljivostjo »jaza«. Mladostnik preizkuša svoje meje in okolico. V tem početju ga je težko ustaviti, dokler ne pride v zrelejše obdobje, ko se hormoni sami po sebi umirijo. Tako je mladostnik, drugače od odrasle osebe, ki se zdi bolj zaprta za dialog in razne vplive, ker je že izoblikovana, bolj odprt, morda celo preveč in je zato lahko manipulativen. To je lahko slabo, ker mladostnik zlahka zaide v razne odvisnosti, posnemanja, razvrat, lahko pa je dobro in bistveno za ohranitev človeških vrednot, ko bo stopil v zrelejše obdobje. Kakšno informacijo bo mladostnik sprejel o sebi in o svetu, je odvisno od primarne družine in od smernic, ki jih bo dobil neposredno v obdobju, ki ga preživlja.

Izpostavili bomo predvsem smernice in nevarnosti, v katere zapadejo mladostnice iz poškodovanih primarnih družin in ker v obdobju, v katerem so, nimajo nobene osebe ali zatočišča, da bi delile svoje težave in nanje našle odgovor. Značilna težava teh mladostnic je njihova šibka samopodoba. Ker si želijo najti odgovor, kdo so, ga poiščejo v najlažje dostopnem zatočišču, to je v medijih.

2. Lažna samopodoba

Samopodoba, ki jo urejuje jaz in lahko vpliva nanj, je po opredelitvi organizirana celota lastnosti, potez, občutij, podob, stališč, sposobnosti in drugih psihičnih vsebin, ki jih posameznik pripisuje sebi (Kobal 2000). Singelis je kot vzrok, da ima raziskovanje samopodobe osrednje mesto v medkulturnih študijah, navedel: »Po eni plati je oblikovanje samopodobe odvisno od socialnega konteksta, po drugi pa ima samopodoba skozi številna področja posameznikovega delovanja (na primer zaznavanje, evalvacijo, vrednote) močan vpliv na socialno obnašanje.« (Kobal Grum 2003, 37) Kako človek misli sebe, je na eni strani posledica vrednot, ki jih v

nekem trenutku ponuja svet. Se pravi, da imajo v vsakem obdobju ljudje podobne značilnosti. Na drugi strani pa je tisto, kar nas dela posameznike, svobodna volja in ravnanje po vesti – pri izbiri, kako bomo videti v svetu.

Izbira, kako bodo današnje mladostnice videti, je zanje zelo pomembna. Težijo k drugačnosti, ki je kljub temu na koncu enaka. Fromm ugotavlja, da se ljudje v zahodnih demokracijah sploh ne zavedajo svojih večjih potreb in hotenj po prilaganju, kakor so v to v resnici prisiljeni z mediji in podobno (Fromm 2006, 21). Tako se lahko mladostnice oddaljijo od svojega pravega jaza in si nadenejo lažno podobo. Seveda jim to podobo uspe ohranjati v svoji okolici, ki jih obkroža. V sebi čutijo tesnobo in nemir, toda s tem ne znajo ravnati. Zato mediji, ko mladostnice iščejo odgovore na svoje težave in iskanje samopodobe, niso najprimernejša rešitev iz več razlogov. Mladostnica, ki je v težavah, skuša namreč do rešitve priti na najlažji in najkrajši način, ker hoče bolečino, tesnobo, nemir čimprej izničiti. Ne potrudi se vprašati, zakaj to občuti. V medijih pa je velikokrat opaziti prav izkoriščanje vrednot in čustev ljudi, ki so v težavah, vendar ne zato, da bi jim resnično pomagali, temveč z namenom, da si pridobijo stranke. Tako mladostnica ne bo rešila težav, ampak jih bo samo preložila. Druga možnost je, da bo našla kak medij (časopis, internet ...), v katerem oglašujejo in svetujejo ljudje, ki niso usposobljeni za reševanje težav, kakršne ima. Tako bo lahko zabredla v še večje težave. Lahko pa si izbere medij, od katerega postane odvisna, in se tega ne zaveda. Mladostnica sčasoma izgubi stik z drugimi osebami, ne pozna odnosa med vrstniki in dialoga, ki bi ji lahko dal pristen odgovor in ne le neko iluzijo. Pomembno je tudi, v kakšni okolici je mladostnica živela, v kakšni živi in kakšno okolico bo na podlagi preteklih izkušenj izbrala.

2.1 Okolica

Mladostnica v dialogu z drugimi spoznava, kdo je. Drugi so kakor nekakšno ogledalo, ob katerem se uresničuje njena samopodoba. S tem postaja del izbrane okolice. Že spočetje, rojstvo in prvi koraki v življenju razodevajo in uveljavljajo dialoški položaj človeka, a težave lahko nastopijo že v samem začetku, pri spočetju, če se ne ni zgodilo v ljubečem dialoškem razmerju (Juhant 2011, 146). Vendar ni najpogostejša težava v dialogu. V poznejšem obdobju razvoja oseba, otrok vzpostavlja prve temelje v izmenjavi s primarno družino, z materjo, z očetom in pozneje z drugimi bitji. Če imajo te osebe že od prej krizo dialoga, ki jo prinašajo iz svoje izvirne družine, in si tega niso ozavestile, vsekakor to vpliva na njihov poznejši dialog z okolico. Če je okolica kot mladostničina sekundarna pomoč prav tako kakor ona sama v krizi, lahko ostane prizadeta vse življenje oziroma te pomanjkljivosti vseskozi dopolnjuje. Mladostnica se išče, samopodoba je krhka, prav tako vrednote v okolici, v kateri živi. Okolica ji ponuja možnosti, da si vzame, kar bi ji pomagalo pri spoznavanju same sebe. Seveda je pomembno, da se zna odločiti, kaj je tisto pravo. Če na neki točki ugotovi, da okolica zavira njeno rast, sta potrebna ločitev in nov začetek v drugi okolici. Na takšen način se spoznava in vsak nov posameznik ji je v dialogu učitelj. Toda odločitev za mladostnico, ki je poškodovana, je težka oziroma se morda sploh ne odloči, ker se te možnosti niti ne zaveda.

2.2 Od-ločitev

Ljudje se ne odločamo o tem, kdaj se bomo rodili, ampak smo nekako »na vrsti«, da vstopimo v neko obdobje, ki je že zaznamovano z vrednotami. Tako se mladostnica tudi na podlagi značilnosti obdobja odloča o svojem življenju. Tu nastopi značilna problematika današnjega časa na splošno. Odločitev za nekaj, ki je povezano s pritiskom izbire. Sodobni človek je zasut z množico ponudb in mu je težko izbrati, saj je tudi izbira pravzaprav nekako vsiljena. Vsekakor ne gre, da ne bi izbral, to je tudi že izbira. Kremžar v delu *Prevrat in spreobrnjenje* razglablja o problemu odločitve sodobnega človeka, ki si z odločitvijo noče zapreti preostalih alternativ oziroma se jim ne želi odpovedati, to pa je, pravi, nezrelo razmišljanje. Tudi mladostnice se ne morejo upreti ponudbam oziroma jih ne morejo zavrniti. Vendar tako ne morejo napredovati. Ni odločitve brez odpovedi. Kot značilnost sodobnega časa Kremžar še izpostavlja nezorelost odraslih in necenjenost starosti. Vzrok naj bi bil prav v neodločnosti, kajti »človek, ki se ne odloča, ne raste, se ne razvija, ker je vedno vezan na vse« (Kremžar 1992, 54). Zato je odločitev za nekaj pomembna, mladostnice bodo le tako začele dobivati vsebino in postale nekdo. Vse druge »priveske« bodo morale zapusti za seboj, obdržati in negovati pa le to, kar bo raslo z njihovimi osebami.

2.3 Odgovornost izbire okolice

Ena od možnosti je odločitev za odgovornost, kje in kako si želijo mladostnice uresničiti svojo podobo. Giddens v svojem delu *Modernity and Self-Identity* navaja Rainwatersovo, ki razpravlja o samopomoči, o samorefleksiji in o usmeritvi jaza, za katerega je odgovoren posameznik. Ljudje smo to, kar naredimo iz sebe. Se pravi: to, kar postanemo, je odvisno od našega obnovitvenega prizadevanja za ponovno zgraditev. Samoopazovanje in samouresničitev sta pomembna v vsakem trenutku in sta razumljena kot ravnotežje med priložnostjo in tveganjem (Giddens 1999).

Poleg že izpostavljenega problema, da mladostnice ne znajo ali nočejo sprejeti odločitve za nekaj, je opazen še drugi problem, ko mladostnice zaradi prevelike obremenjenosti z okolico nikoli niso sposobne uvideti možnosti, odgovornosti za samoupravo. Ne zavedajo se, da imajo možnost, biti odgovorne za svoje življenje in izbiranje. Raje/nehote se prepustijo toku in nadaljnji manipulaciji. Zavzamejo neki stil, s katerim se najbolj poistovetijo. Največkrat je to povezano s skupino, v kateri ni samo pomembno, kdo si, ampak se začne borba, da obstaneš v skupini s tem, kar se bolj približa stilu, ki ga je skupina izbrala. Skratka, govorimo o prevzemanju zunanjih stvari, od oblačil in vedênja do vrednot in nazorov. »Skupina je, kot da bi imela svojo kulturo, simbole, sankcije in obredja, v katere mora biti novi član socializiran. Na podlagi teh so lahko tisti, ki jim ne uspe doseči skupnih norm, izključeni.« (Marshall 1998, 488) Jaz mladostnic je v tem primeru zmanipuliran, saj je jazu njihova privzeta samopodoba tujek. Okolica kaže zlagano samopodobo, zato je pomembno, da mladostnice s to okolico prekinejo stike. Vendar to zanikajo, ne da bi se zavedale, ker ne vedo, kdo pravzaprav so. Zato imajo še vedno ob-

čutek praznine, ki jih je najprej prignal do sem. Občutka v začetnem valu, ko so prišle v skupino, niso zaznale, saj so bile navdušene nad novimi občutji. Ko pa bo – ali že je – val ekstatičnosti minil, bo občutek praznine, neizpoljenosti, nezadovoljstva, nesreče, tesnobe, nemira zopet prišel na plan in jih gnal dalje. Če se na tej točki ne bodo začele zavedati manipulacije, v katero so padle, zaradi nerešenih problemov ali nezmožnosti dialoga, se ne bodo zavedale svoje odgovornosti za samoupravo. Zato jim sledi nov val trenutnih zamaknjenosti, nato popolnih izčrpanj. Nezmožnost izstopa iz nihanj jih bo lahko vodila v droge ali druge vrste omam in na koncu celo v samomor. Ta občutek – ali bolje rečeno: stanje – bi lahko primerjali s Frommovim opisom orgiastičnega stanja, ko se človeški rod vedno bolj ločuje od primarnih vezi z naravo. Pri tem postaja potreba iskanja novih načinov, da bi ločevanju ubežal, intenzivnejša. Značilna za vsa orgiastična stanja pa je njihova intenzivnost; pokažejo se v vsej osebnosti, duhu in telesu; so prehodne in občasne (Fromm 2006, 19–20).

2.4 Izbira življenjskega stila

Zakaj pa si mladostnice kljub temu izbirajo takšen stil in okolico, ki jih omejuje in celo ruši njihovo samopodobo? Kakor že omenjeno, imajo mediji »velik vpliv na spreminjanje miselnosti, spoznanj, ustanov in same družbe« (Družbeni nauk Cerkve 1994, 435). Mladostnice, ki so v obdobju »razcveta«, med vsemi nagnjenji v človeku najbolj žene najmočnejše nagnjenje nasploh, to je želja po medsebojni spojitvi. To je sila, ki povezuje človeštvo, družbo, družino (Fromm 2006, 24). Ker se ne zavedajo odgovornosti in možnosti izbiranja, večkrat zaidejo. Za tovrstno iskanje oziroma tavanje je velikokrat vzrok primarna družina, saj mladostnice nimajo privzgojenih vrednot in čustvenega kompasa, ker so bile, kakor pravi Gostečnik, ali poškodovane zaradi »nedosegljivosti staršev, ki so ujeti v lastno ranljivost in konfliktnost njihove psihične strukture« (Gostečnik 2006, 263), ali pa so prejele nepravo sporočilnost vrednot nasploh, od družine ali iz medijev. Tako so prepuščene same sebi z nenehnim občutkom iskanja, ali bolje rečeno: hrepenenja, saj želijo zapolniti nekaj, kar jim manjka, nekaj, kar bi morale prejeti že kot otroci. To je pristen, ljubeč odnos. Ta manko zato iščejo v svetu.

Ker »sociologi vse bolj ugotavljajo, da današnji človek doživlja svet s pomočjo podobe in glasbe in vedno manj z besedo« (Sklepni dokument 2002, 62), se nad temi mladostnicami zato ustvarja pritisk vidnega na televiziji oziroma oglaševanja in sproži nepravo-lažno samopodobo ali celo nevarnosti, kakor so droge, razuzdanost, samomor in podobno reakcijo. Prav zato dokument tudi opozarja, da je »Cerkev vse premalo navzoča v svetu gledališke in filmske ter njima sorodnim umetnostnih zvrsteh« (63). Zaveda se, da umetniško izražanje že samo po sebi presega človeškega duha in ima poleg tega tudi pedagoško vlogo. To je lahko dobro izhodišče za poučevanje in ohranjanje vrednot, s katerimi mladostnice pridobijo znanje in predvsem zavedanje možnosti izbiranja. Že sam socialno-ekonomski položaj, v katerem so (Giddens 1999, 82), jih potiska v izbiranje. Mladostnicam zato begajo misli: »Kako izbrati, kaj sploh izbrati? Nekaj moram izbrati!«

2.5 Modna brv kot zgled neprimerne okolice

Tako lahko na ulicah vidimo različne stile, ki jih mladostnice prevzamejo, ne da bi se zavedale, zakaj. Ločijo se že po sami zunanosti, po izboru oblek, družbe, gest, govorice. Še večja izpostavljenost temu pritisku se kaže v modnem svetu, v svetu videza. To so predvsem mladostnice, ki se, že preden vstopijo v ta svet, marsičemu odpovejo. Ena od glavnih odpovedi je odpoved resnim zvezam, odnosom in kot posledica tega pristnemu dialogu. Nadomestijo jih krajše zveze in odnosi, ki koristijo za posel, dialog pa postane orodje brez vsebine. Ko so že v tem svetu, se zdi vse pravljico. Nastopi, luči, vse oči, kamere so namenjene le njim. Tu se pokaže človeška šibka točka nečimrnosti, če pa je to še nagrajeno z denarjem, toliko bolje. Ti občutki jih vabijo nazaj in želijo si vedno več. Veliko jih zaradi prevelikih želja, ali bolje rečeno: utvar, pade v črno luknjo, v kateri se iščejo tudi z drogo in ne glede na položaj upajo, da jim bo uspelo. Za uspeh so pripravljene v nerealnih občutkih narediti vse, tudi marsikaj, kar vodi v brezosebnost, v nespoštovanje telesa in v nespoštovanje njih samih kot oseb.

Tu se postavi zanimivo vprašanje, zakaj si želijo biti manekenke. Zakaj obstaja takšno delo? Ali res ljudje potrebujemo, da nam nekdo pokaže, kar morda nikoli ne bomo oblekli? Odgovor je jasen. Današnji svet je potrošniško naravnani. Fromm v svojem delu *Umetnost ljubezni in življenja* razpravlja o tem, kako je potrošniška miselnost navzoča tudi v samih odnosih oziroma kako bo on ali ona izbrala partnerja na podlagi boljših lastnosti, ki so odvisne od okusa časa (Fromm 2006, 14). Rojeni smo v času preplavljenosti z možnostmi, hkrati pa je v tem poslu zaposlenih veliko ljudi; to povzroči, da je iz tega kroga skoraj da nemogoče izstopiti. Prodajalke, modni oblikovalci, manekeni, razni agenti, vodilni in predvsem dobro služéči managerji, ki so nekakšna vez med oglasom in ponudnikom, delajo za to okolico videza. Njihova naloga je vzbujanje pozornosti, ne glede na drznost, z jasnim ciljem pridobivanja novih kupcev prek motivacije zaposlenih. Borba je neusmiljena, saj hoče biti vsak boljši. Zdi se, kakor da bi preganjali številke. Višje so, boljše so, več je vreden manager in kot posledica tega v podjetju raste zadovoljstvo. Torej se tu ocenjuje le boljša motivacija zaposlenih in torej manipulacija potrošnikov. Zato se ljudje v današnjem času tako težko upirajo mamljivim ponudbam oglasov, saj so celo sami zaposleni pod tem pritiskom.

Seveda je pomembno, da ljudje delamo nekaj, v čemer smo dobri in radi počnemo. Dobro bi bilo zato imeti – ne glede na posel – pred očmi vrednoto življenja, resnico, spoštovanje do človeka, dobroto in iskrenost nasploh.

2.6 Medijski sistem kot okolica

Ni samo svet mode tisti, ki izkorišča in poudarja posamezne vrednote za korist dobička. Močno manipulira tudi medijski sistem, ki naj bi služil širjenju informacij o dogajanju med ljudmi. Časopisi, kakor so Slovenske novice, vzbujajo grozo že s samimi naslovnici. Ljudem, ki se ne zavedajo ali se nočejo zavedati odgovornosti za samoupravo oziroma osebno urejevanje svojih lastnih zadev, je večkrat takšen medijski sistem nekakšno pomagalo, ki jim polni občutek praznosti

življenja. Vendar kljub vsej ponudbi, ki jo daje, tem ljudem ne zapolni praznine, ki jo občutijo. Odziv ljudi na občutek praznine postane beg in skrivanje pred odgovornostjo. Kremžar dobro opisuje to početje sodobnega človeka: »Skuša zaposliti telo in duha z manj pomembnimi opravki, z množico vtisov, z zaporedjem občutkov, da mu ni treba sprejeti življenjske odgovornosti. Zato je kljub množičnosti nedružaben, kljub izžemanju telesa nezadoščen, kljub nasilju, ki ga išče in izvaja, negotov do sebe in drugih. Kljub nasičenosti čutov ostaja prazen in ubog.« (Kremžar 1992, 48) Zanimivo je, da je pisal o tem in opozarjal na to že leta 1992. Časi se v dvajsetih letih očitno niso spremenili. Lahko bi rekli, da je položaj postal še bolj zapleten oziroma pereč, tako da se »ubogost« ljudi začne že v zelo zgodnjih letih.

3. Potreba in želja

Velik problem v teh procesih je razvrednotenje spolnosti in telesa in z njima povezana nezmožnost ali neznanje občutenja ljubezni med parterjema. Mladim namreč spolnost pomeni pretežno le užitek in potrebo, ki jo je treba zadovoljiti, kakor potrjujejo številne internetne klepetalnice in različne ankete iz revij. Revija z naslovom Viva (Pirc Oreškovič 2008, 16) je opravila anketo s srednješolko, ki je izjavila: »Moja prijateljica in prijatelj sta pravkar »zabrla«, povsem neobvezno. Nista si všeč, ampak to je v redu, saj jima ni treba skrbeti glede nekakšnih čustev ... Tako se napijeta, punca hoče seks, tip hoče seks. Ne bo prišlo do prizadetosti, do zaljubljenosti in podobnih sranj.« Podobno stališče je zagovarjala že spolna revolucija v šestdesetih in v sedemdesetih letih 20. stoletja, da namreč spolnost ohranja zdravje, je najljubša igra, poteši potrebe in v spolnem dejanju človek doseže svojo lastno vrednost. V današnjem času zadnji del ne velja več, ne glede na to, da se razume, spolno dejanje je že v temelju zgrešeno in je zato človek zabredel v še hujšo pozunanjenost in o vrednosti ni več sledu. Spolno dejanje je igra in ni izraz ljubezni. Nekatere raziskave kažejo, da se je internetno gledanje erotičnih strani močno povečalo (Cooper, Scherer in Mathly 2001, 437), to pa vpliva na partnerske odnose, ki se končujejo ali pa se sploh ne vzpostavijo.

Res nam ni treba v podrobnosti, saj se je erotična industrija preselila že na splošne javne oglase, filme in videospote. Primer takšne razosebljenosti so resničnosti oddaje, v katerih ljudje prestopijo vse meje. Galimberti pravi, da so se s takšnimi oddajami podrle stene, ki ločujejo notranjost in zunanost; diskretnost, intimnost ljudi (Galimberti 2009, 49). Oddaja Veliki brat ponuja, da ljudje opazujejo tvojo dušo, ki pride na dan po nekaj dneh, in nato o tem poleg klepetalnic na internetu in televiziji razglablja celo revije. Zato so te oddaje celo »bolj pornografske od pornografije v pravem pomenu besede, saj je huje, če razgalimo dušo kot pa telo – napajajo iz odpadkov verske kulture« (51). Seveda takšno vsebino zazna že otrok in jo, celo že preden spolno in osebno dozori, nezavedno izvaja, jo oponaša. Galimberti se dalje sprašuje, zakaj imajo oddaje, v katerih se mladi tako razgaljajo, velik uspeh, in ugotavlja, da tu govorimo o aktivaciji teološke metafore, ki smo jo zakopali v svoje kolektivno nezavedno. »Kot gledalcem nam dajejo po-

sebno pravico, ki je bila prej pravica Božjega očesa, da opazuje vsakogar izmed nas.«(52) Ta skrajnost s tem kaže – poleg izgube osnovnih vrednot telesa, ljubezni in spolnosti – še novo, že omenjeno negativnost, to je izgubo dialoga. Prvič, kot nespoštovanje sebe v odnosu do drugega in narobe, in drugič, obrat vase, kjer drugega sploh ne potrebujem. »Tudi moderni filozofi opozarjajo na razliko med potrebo in željo. Razlika pa je tudi v medosebnem dialoškem razmerju jaz – ti in predmetno razmerje jaz – ono. Gre za spoznanje, da ima človek do sočloveka dve različno usmerjeni razmerji.« (Stres 1991, 238) To je popolno razvrednotenje, razosebljenje drugega in s tem tudi zanikanje sebe kot osebe. Lahko bi rekli, da tu govorimo o nekakšni podobnosti narcizmu, vendar drugače, v smislu, da je tu celo egoizem osebe nezavedno zmanipuliran.

Podobno pravi Papeški svet za družino v dokumentu *Človeška spolnost, resnica in pomen*, da »je spolnost v današnjem svetu na osebni ravni izgubila značaj, ki se izraža v dopolnjujočih se vidikih, kot so človekove telesne in duhovne zmožnosti, integracija teh zmožnosti v harmonično enoto, ki človeku daje gotovost v osebnih in medčloveških odnosih. Na družbeni ravni pa je spolnost oropana komunikativne vloge, ki je zapisana v človeško naravo kot njena konstitutivna danost in človeka ne samo izraža, marveč kot misleče in hoteče bitje tudi dopolnjuje. Poleg drugih oblik porabništva spolnost postaja vedno bolj porabno blago. V ospredju je seksualni vidik. Ta teži k trenutni telesni potešitvi; drugega in njegovo spolnost ima za predmet lastne spolne zadostitve«. Ugotavlja, »da so predvsem družbena občila in nove oblike komunikacije ustvarila takšno ozračje«. Dokument nadalje opozarja »na družbo, ki prihaja in se bodo v njej razne oblike komunikacije še stopnjevale. S tem se bodo množile tudi nevarnosti, katerim bodo izpostavljeni otroci od zgodnjih let otroštva dalje. Kakor je bila nekdaj predvsem literatura hkrati z gledališčem potencialna nevarnost za prenos dvomljivega in morali škodljivega sporočila, in je pozneje filmski trak prevzel glede tega glavno besedo, tako so v novejšem času televizija in drugi elektronski mediji ter komunikacijska sredstva prinesla možnosti in hkrati nevarnosti za razvrednotenje morale, še posebej spolne.« (Papeški svet za družino 1996, 5–6)

Zavedati se je treba, da lahko mediji vplivajo na miselnost ljudi in na njihov odnos do vrednot, tako v negativnem kakor v pozitivnem smislu. Vsekakor jih potrebujemo, saj se iz njih učimo o svetu. Zato bi morali ljudje, ki »nosijo to težko odgovornost za resničnost obvestil, ki jih razširjajo, za potrebne učinke, ki iz njih sledijo, ter življenjske vrednote, ki jih prikazujejo« (Pavel VI 1994, 435), toliko bolj posvečati pozornost mladostnikom na splošno, ki so v najbolj odprti fazi svojega razvoja in so zato najbolj dovzetni za vtise iz medijev.

4. Iskanje mladostnic in nerealna samopodoba

Še posebna pozornost oziroma previdnost bi morala biti namenjena mladostnicam oziroma mladostnikom nasploh, ki prihajajo iz poškodovanih primarnih družin in se zato teže iščejo. Začnejo se nagonsko reševati in iskati nekaj, vendar

ne vedo točno, kaj. Kakor že omenjeno, podzavestno hrepenijo po vzpostavitvi pristnega odnosa, a se tega ne zavedajo. Zato je prvo, na kar se lahko zanesejo, tisto, kar vidijo, to je zunanji svet, saj imajo svojo notranjost/dialoškost poškodovano in ji kot posledica tega ne zaupajo. Velika nevarnost so mediji oziroma ljudje, ki jim dajejo vsebino, saj prispevajo k današnji informaciji, k resnici o svetu. S svojim obstojem resda ne silijo mladostnic v nič negativnega, vendar če so mladostnice šibke, lahko dobijo nepravne ideje, saj »prek medijev posredovano izkustvo vpliva na samoidentiteto in organizacijo socialnega življenja. Samoidentiteta in socialno življenje postajata v medijih vedno bolj prepletena.« (Luthar 1988, 71) Nekateri torej medije izkoriščajo za drugačne namene, kakor je prikaz resnice. Posredujejo namreč izkustva oziroma resnico, ki je v prid dobička. Posledica tega je, da imajo mediji s svojim »izkoriščevalskim« pristopom negativen vpliv. Moteč je predvsem vpliv na podzavestno upoštevanje medijev, ker mladostnice niso sposobne ozavestiti svoje izvirne krize vrednot, to pa vodi v vrednotno krizo obstoja. Kakor že omenjeno, so mladostnice pod večjim vplivom kakor zrelejše osebe, saj so v najboljčutljivejšem fizično-duhovnem razvoju. V raziskavi smo se osredotočili na mladostnice v starostni skupini od 14 do 27 let, ki so zaradi svoje na splošno večje »občutljivosti« medijem bolj izpostavljene. Zaradi tega vpliva imajo lahko nerealen pogled na svoje telo, to pa vodi v razne zasvojenosti. posledica tega pa je problematičen odnos do telesa, do telesnosti in do poznavanja vrednote ljubezni.

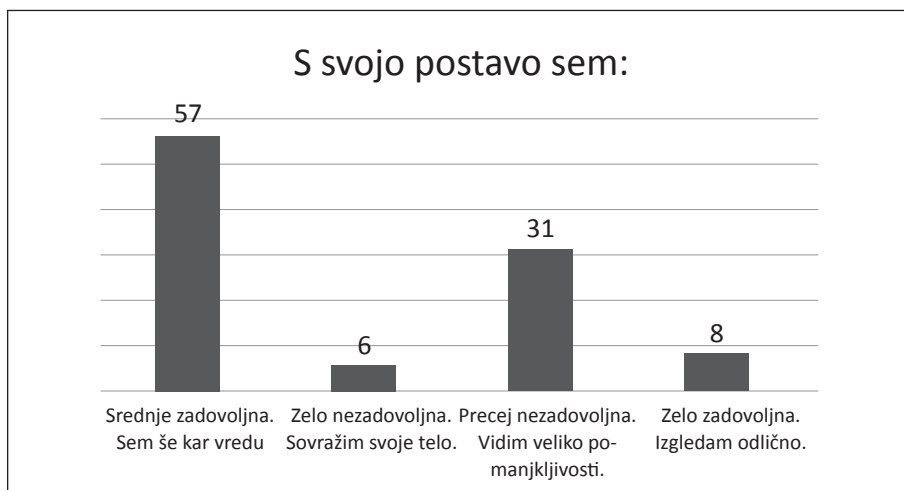
4.1 Vpliv medijev na nerealen pogled na telo

Kot zglede teh problematik smo že omenili modni svet, ki je velikokrat neprijetna okolica za vzgojo in za realno samopodobo mladostnic. Izpostavili smo problem izgube odnosov in pozunanjenosti odnosov, ki vodi v brezosebne spolne odnose za zadovoljitev potrebe ali celo za zaslužek. Modnemu svetu, ki teži k popolnosti telesa in videza, se pridružujejo tudi druga področja, kakor so zdravje, šport, hrana in podobno. Seveda, če ljudje tehtno premislijo o videnem ali prebranem, to ni nič narobe, problem nastopi, če se to ne zgodi. Tako je na primer prišlo prek oglaševanja v medijih v splošno zavest, da je za zdravo življenje redna športna aktivnost zelo pomembna. Vendar če je zdravo življenje utvara in je cilj le neki tip – morda celo umetno popravljenega – lepega telesa, se pokaže problem nerealne samopodobe. Ta samopodoba lahko izvira iz kake nerešene krize v otroški dobi, ker pa se v nadaljnjem razvoju ni razrešila, lahko traja vse življenje. Človek, ki mu v mladosti ni uspelo čustveno urediti svojega odnosa, je nenehno v nevarnosti podrejanja, to pa s pridom uporablja medijski sistem, ki tako pozunanja človeškost, da človeškost izgubi svojo prvinskost in se namesto v medosebnem stiku nadomestno uresničuje na obrobju svoje eksistence.

Mediji za to uporabljajo sredstva oglaševanja in prikrojevanja človekove bivanjske resničnosti.

Poglejmo na primer vpliv televizije z oglaševanjem za hitro, učinkovito hujšanje s kapljicami, tabletami, kremami ipd., še posebno v pomladanskem času, ko zanimanje za šport očitno naraste predvsem med ženskami. Izpostavljamo mladostnice v starosti od 14 do 27 let, ki izkazujejo povečano zanimanje za šport, za lep

videz v kopalkah. Mladostnice so namreč v velikem deležu precej nezadovoljne s svojo postavo.



Graf 1: Anketa 2010, Mateja Centa

Sedeminpetdeset deklet je s svojo postavo srednje zadovoljnih. Sklepamo, da na sebi opažajo pomanjkljivosti, vendar te pomanjkljivosti niso zaskrbljujoče. Lahko pa se hitro zgodi, da dekleta, ki se skriva za tem odgovorom, zapade v naslednji rezultat: enaintrideset deklet je precej nezadovoljnih s svojo postavo, ker na sebi opažajo veliko pomanjkljivosti. Pomanjkljivosti so ponavadi mišljene: široki boki, prevelika teža in razne nepravilnosti na obrazu. Te ideje o pomanjkljivostih v največji meri sprožajo oglasi, filmi ipd. v medijih, ki jim je cilj dobiček in ne klic k zdravemu načinu življenja.

Sledi osem zelo zadovoljnih deklet, to je spodbujajoče, in šest deklet, ki so zelo nezadovoljna s seboj in celo sovražijo svoje telo. Tu je zaslediti celo odpor do svoje lastne podobe.

Ali je to realen samopogled na telo, je težko trditi, saj bi bilo treba napraviti izračune indeksa idealne teže in morda upoštevati še kake druge dejavnike, ker je problem debelosti navadno posledica psihičnih težav in tudi medijsko ustvarjenih pričakovanj javnosti, vse to pa vpliva na omenjena gledanja. Zato je tudi na ta pogled in občutje, ki ju imajo glede svojega telesa same anketiranke in iz katerih izhajajo analize, treba gledati v tem okviru.

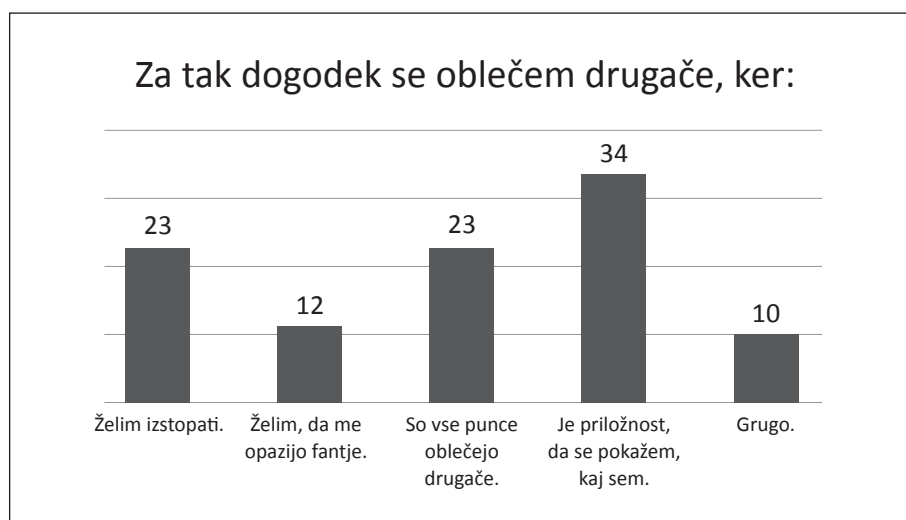
Predvsem nas je zanimalo, zakaj bi mladostnice želele imeti popolna telesa in videz, od kod jim ideja, da z njimi nekaj ni vse prav in kam takšno razmišljanje vodi.

5. Nekakovostno preživljanje prostega časa mladostnic

Eden od dokazov, kako mediji vplivajo na videz, je menjava stilov, ki jim mladostnice sledijo. Mrazova v svojem diplomskem delu *Ideal lepote in motnje*

hranjenja zanimivo izpostavi dejstvo, ki ga lahko razberemo iz spremljanja medijskih sporočil: da je ženska po naravi grda. »Nikoli in nikdar ne moreš biti dovolj dobra, vedno si lahko še lepša.« (Mraz 2011, 63)

Današnji čas je prežet z modo, ki se še zdaleč ne omejuje samo na oblačila. Moda je celoten uveljavljeni način življenja, v katerem odsevajo družbene spremembe, razvoj kulture, znanosti, umetnosti, tehnologije, spreminjanje potreb, načina življenja in stanja duha neke družbe. Tako so mladostnice nekako prisiljene k izbiri in samokritiki na podlagi prikazanega v medijih. Največ spremljamo medije v prostem času, ko vsak počne, kar se želi. Lahko bi trdili, da je to delni pokazatelj osebnosti. Zato smo tu posvetili pozornost mladostnicam in njihovem preživljanju prostega časa: že ob bežnem sprehodu skozi večje mesto lahko zasledimo v uličnih barih in gostilnah veliko mladostnic, ki se »dolgočasijo« ob kavicah. Število se poveča v večernem in nočnem času, ko se predvaja »druga« televizija, ko so igralke dekleta. Zakaj? Mladostnice v prostem času redno spremljajo medije, da ostanejo v koraku s časom, da ostanejo v stiku z najnovejšimi modnimi usmeritvami. V medijih tudi iščejo odgovor, kako živeti, saj imajo nizko samopodobo in/ali nimajo odrasle osebe, ki bi jim svetovala oziroma delila z njimi čustveni svet, v katerem nastopajo tudi ti strahovi samopodobe. Ne zavedajo se, da so v ozadju medijev plačani ljudje, ki dobro poznajo psihologijo ciljnih skupin ljudi: prav zato jih tudi znajo privabiti in ponuditi rešitev. Mladostnicam, ki se nehote prepuščajo vplivu rešitve iz medijev, je prvi in najlažji odgovor televizija, tisto, kar vidijo in slišijo, je zagotovo prav in dovoljeno. Svojo »ugotovitev« življenja, rešitev iz medijev, pa imajo mladostnice priložnost pokazati, ko gredo zvečer ven. Tu se počutijo sprejete, zabavne in ta občutek jih neutrudno vabi k ponavljanju.



Graf 2: Anketa 2010, Mateja Centa

Analiza ankete pokaže, da štiriintrideset deklet od sto dveh vidi v posebnih dogodkih, ko »gredo ven«, priložnost, da se pokažejo, kaj so. Dekleta v sebi skrivajo željo po izraznosti. Kaj pa v resnici želijo izraziti? Ali to pomeni, da je njihovo običajno življenje zlagano, ali je torej resnično to, kar lahko pokažejo, ko gredo ven, se pravi tisto, kar lahko »pokažejo« v javnosti? Zdi se, da je pravi odgovor: kombinacija vsega skupaj. Dekleta življenje, ki ga igrajo, ko gredo »ven«, do neke mere v tem medijskem svetu že živijo v vsakdanjem življenju, saj televizija in oglasi kažejo to kot nekaj običajnega. Morda je to drugače kakor včasih, nekaj dvajset let nazaj, ko je veljalo, da smo boljše obleke privlekli iz omara le za nedeljo ali poseben praznik oziroma dogodek. Čas se je očitno spremenil, »ta boljše« obleke so zunaj vsak dan, zato bi lahko rekli, da se dekleta ne glede na priložnost ali dogodek ne pokažejo povsem v drugačni luči, kakor v resnici so, saj je njihovo celotno življenje stekano iz teh javnih prikazov, kakor jih vsiljujejo mediji oziroma so jih same prevzele. Morda si le več upajo v smislu dogodka, rahlo pretiravajo oziroma poudarijo, kar že vedno so.

Drugi odgovori le dopolnjujejo te osnovne ugotovitve. Triindvajset deklet si želi izstopati na kakem tovrstnem dogodku in enako število jih najde izgovor, češ da se vsako dekle obleče drugače. Dvanajst deklet si želi, da bi bile opažene od fantov, deset jih ima želje po nastopanju, prepoznavnosti, vidnosti: »Uživam v oblačenju«, »sem drugačna kakor vsak dan, kavbojke in majica«, »da občutim dogodek« (Anketa 2010).

Mediji torej dajejo neko idejo o življenju. Če mladostnice večino prostega časa namenijo spremljanju medijev, ker ni osebe, ki bi jih odvrnila od enostranskih pogledov, in imajo že v temelju skrhanе vrednote, ima lahko to zelo slabe posledice.

6. Izgubljanje osebnih vrednot

Kakor že omenjeno, si mladi poleg menjavanja stila dovoljujejo vedno več drznosti tudi v spolnosti oziroma razgaljenosti in razuzdanosti v javnosti, ki jo prikazujejo mediji kot nekaj povsem običajnega. »Ti mladi ne vedo, ali se njihova nedoločljiva strast navezuje na srce ali spolnost.« (Galimberti 2009, 108) Razlog za takšno vednjenje je odsotnost oziroma neobnavljanje osebnih vrednot, ki bi jih lahko krepil le živ dialog v pravi okolici.

Tako je danes pereč problem pri mladih razvrednotenje spolnosti in telesa, kaže pa se v izgubljanju kompasa osebnih vrednot. Spolnost je izraz ljubezni, vendar mladostnice danes ne vedo, kaj je ljubezen, ali preprosto vanjo ne verjamejo. Zamenjujejo zaljubljenost za ljubezen, to pa je razlog za številne neresne in predvsem kratkotrajne zveze. Zaljubljenost oziroma privlačnost je čustveno stanje, kemijski odziv na drugega. Splošno znano je, da zaljubljenost traja približno šest mesecev, po tem obdobju sledi spoznavanje osebe in šele po treh letih naj bi se osebi dobro spoznali in začeli postajati odprti za ljubezen. Za današnje mladostnice je to predolga doba, saj si pod vplivom medijev želijo nenehnega občutka zaljubljenosti

oziroma – kakor pravijo – »metuljčkov v trebuhu«. Drugače povedano, zanimanje traja samo tako dolgo, kakor traja vznemirjenje (108). Kmalu zapadejo v opojnost ene noči, saj jim trajnejša zveza prinaša preveliko obvezo. Tako se spolnost, ki jo zamenjujejo za zaljubljenost, vedno bolj ločuje od ljubezni. Telo postane orodje in pomagalo, spolnost tehnika in šport, čustva se zožijo le na občutek zadovoljitve oziroma potrditve v smislu, da so »dobre«. Zato bi moral biti tukaj velik poudarek na osebni vzgoji, ki bi ji bil vzor krščanski družbeni nauk.

7. Vzgoja otrok

Osebnostna vzgoja, ki bi kljubovala tem enostranskostim in prevladujočim usmeritvam v sodobnem svetu, je zelo zahteven proces, saj pri vzgoji otrok govorimo o čistosti oziroma integrirani spolnosti, ki za doseganje osnovnih ciljev zrele osebnosti ne sme biti poškodovana. Že omenjeni dokument Papeškega sveta za družino našteva tri cilje za preprečitev teh enostranskosti na področju spolnosti.

Prvi cilj je, da se »ohrani v družini pozitivno ozračje ljubezni, kreposti in spoštovanja božjih darov, posebej daru življenja«, to pa je včasih težko. Posebno težko je ohranjanje pozitivnega ozračja ljubezni, če nastopijo v družino težka bolezen, varanje, smrt in podobne preizkušnje. Vendar je to odnos, v katerega sta vstopila dva razumna človeka, ki se zavedata, kaj pomeni nekoga ljubiti, še posebno ko je otrok že rojen. Kolikor težje je sprejeti težko situacijo, toliko boljša je lahko šola za otroka, da se nauči najglobljih vrednot. Zato morata starša v takšnih situacijah predvsem uporabljati razum, prečiščen z veliko razumevanja, zavedanja pomembne naloge starševstva in s tem odgovornosti za otrokovo nadaljnje življenje, še posebno v zvezi s spolnostjo, ki je danes med mladostniki tako razvrednotena. Kadar med staršema nastopi varanje ali podobna situacija, se morata odgovorno, s spoštovanjem pogovoriti, imeti odprt, prečiščujoč dialog, v katerem ju vodi vera, in skupaj z otrokom naj najdejo rešitev, ne glede na situacijo. Potrebno je razumevanje, ki pokaže, da sta mož in žena šibka v svoji človeškosti. Ko si to priznata in sprejmeta za to odgovornost, lahko s tem »pomagata otroku, da postopoma razume vrednost spolnosti in čistosti, podpirajoča njegov razvoj z razsvetljevanjem, z gledom in molitvijo«, ki je drugi cilj tega dokumenta. Tako preidemo do tretjega cilja, ki izhaja iz prvih dveh: starša s takšnim zgledom »pomagata otroku, da razume in odkrije svoj lastni poklic v zakonu ali devištvu, ki je posvečeno božjemu kraljestvu, v skladu in ob spoštovanju njegove danosti, nagnjenj in darov Svetega Duha« (Papeški svet za družino 1996, 5–6). Če bo otrok videl starša, ki se razumeta in sta srečna, bo tudi sam to iskal. Predvsem pa bo znal to posredovati komu, in ko bo našel, bo hvalen. Nezavedno bo iz svoje primarne družine črpal pogon za svojo družino in ji pozneje z zavedanjem ob težkih situacijah znal stati ob strani.

8. Občutenje »praznine« ogroža vrednote, hrano, telo

Takšen odnos, ki bi prinašal vrednote, je danes trdo delo. Na splošno je danes čuti med ljudmi, ne samo med mladostnicami, ki smo jih omenjali, nestabilnost, nizko samopodobo, nezadovoljstvo z življenjem nasploh. Kljub vsej zasičenosti ob navidezni pomoči medijev ljudem še vedno nekaj manjka. Nesmiselnost je v tem, da to medijem daje še večjo moč. Napajajo se iz sprevrženih človeških čustev in iz tega izvira nevarnost, da se bo izgubila ideja o etičnem človeku. Človek si dela utvare, da je s pomočjo medijskega sveta postal vzvišen in samozadosten, tako kakor v raj, ko je utrgal »sadež spoznanja« (1 Mz 2,9). Za Nietzscheja se doba konča, ker ne verjame več v to, kar jo je spodbujalo in ji stoletja vlivalo življenjske moči: »Moderni človek iz izkušenj verjame zdaj v to, zdaj v drugo vrednoto, potem pa jo opusti. Krog presežnih in opuščanih vrednot je čedalje večji. Vedno bolj je opaziti praznino in revščino vrednot. Nazadnje si človek drzne kritizirati vrednote nasploh: prizna njihov izvor in ve dovolj, da ne verjame več v nobeno vrednoto.« (Galimberti 2009, 17) Umirajo vrednote, ki človeka delajo človeškega. Kakor smo videli, sta že sam odnos do hrane in odnos do telesa, ki sta najbolj vidna potreba človeka, negativna oziroma razvrednotena. Položaj iskanja nečesa, izkrivljenost vrednot in rezultat tega dvojega dobro poznarjijo tudi pereči problem bulimije in anoreksije deklet. Vse se začne z občutkom praznine, ki jo želijo zapolniti. To je zelo intenziven občutek, ki je drugačen od običajne lakote, imenuje se volčja lakota. Zavest se zoži in oseba se usmeri samo na to, kar si želi pojesti (Rozman 2004, 182). Ko dekle konča prenajedanje, začuti gnus in želi vso to nesnago spraviti ven, zato bruha. Občutek je odrešujoč, vendar praznina kmalu zopet nastopi. Razlog za takšna nerazumna dejanja, ki so opisana, dobro ponazori zakrknjeno faraonovo srce. V svetopisemskem pomenu je prav srce tista notranjost, bitno dno, kjer se oseba odloča, kako bo ravnala, in če je srce zakrknjeno, ravna nenadzorovano. Vzrok za zakrknjenost je pomanjkanje ali umanjkanje dialoga, mediji pa so tukaj kakor opij: zavajajo in ne dopustijo realnega uvida ljudem, ki so poškodovani.

Vendar so mediji oziroma družbena občila tudi »vsekakor koristni: v hipu posredujejo obvestila z vsega sveta; kljub razdaljam povezujejo med seboj kraje in pospešujejo edinost med ljudmi tako, da je mogoče še bolj razširiti izobraževanje in višjo stopnjo kulture« (Pavel VI. 1994, 435). Ustvaril in ustvarja jih človek in sami po sebi ne bi smeli biti tako slabi, saj želijo sporočati v svet odkritja in novice in tudi zblížujejo in združujejo ljudi. Prav zato bi se morali ustvarjalci medijev še bolj držati temeljnega etičnega načela, da sta »človeška oseba in človeška skupnost cilj in merilo uporabe sredstev množičnega obveščanja« (Papeški svet za družbeno obveščanje 2000, 30). Očitno je nekje nastalo odstopanje in v ospredje je stopil človeški pohlep, ki bo sčasoma razvrednotil vrednote. Vsekakor pa ne gre gledati tako črno. Tudi onesnaženo vodo lahko spijemo, ko jo očistimo. Ljudje torej lahko s svojo pravo, srčno naravnostjo vplivajo dobro na ljudi okoli sebe, tudi na tiste, ki so zašli s poti. Ljudje, ki se zavedajo položaja, se morajo medsebojno spodbujati in rasti in s skupnimi močmi vplivati na onesnaženo vodo, da se pretoči. Nikakor se ne smejo ustaviti, ampak ostati morajo tekoča voda, ki v sebi vključuje mnogo pritokov in ostaja odprta za nadaljnji tok.

9. Vzpostavitev dialoga z mladostnicami

Mladostnice tako potrebujejo in dobivajo trdne vrednote, posredovane skozi dialog primarne družine. Ta jim daje vzor s krščanskim naukom, ki ga bodo pozneje same z nadgrajenim dialogom, očiščevalnim za njihovo samopodobo, prinesle v okolico, kakršno bodo zavestno izbrale. Seveda ne smemo izpustiti tudi pomembnosti sekundarne socializacije, šole, in tu izpostavljam predvsem učitelje, vodnike in hkrati stebre mladostnic in mladine nasploh. Ti ljudje bi morali biti najprej predvsem ljudje s čustveno inteligenco in nato izobraženci. Galimberti zato poudarja pomembnost njihove zavzetosti za učence in ne samo za izobraženost, tako da bi lahko mlade učili graditi čustvene vezi in solidarnosti, ki bi jih pripeljale iz osame, v katero jih zapira družba egoističnih idealov. Zato tudi Koroščeva opozarja na pomembnost čustvene vzgoje v šolah, saj se je treba zavedati, da je čustvo predvsem odnos (Korošec 2010, 8).

Pri očiščevanju odnosov in čustev z dialogom pa je vera tista možnost, ki lahko bistveno pripomore k dobri samopodobi. Njeno vlogo bomo ponazorili s kroglo.

V sredini krogle je izvorna vera, temeljno človeško jedro in temeljna usmeritev, ki daje trdnost preostali podobi. Krogla se vrti, na površini je polno ovir, vendar je človek lahko uspešen pri premagovanju teh ovir le, če ne teži v borbi z ovirami, misleč, da bi tako prišel na vzpetino in na končni cilj. Težko je spoznanje, da vrha sploh ni oziroma da celotna krogla pomeni vrh in da smo vedno, ko smo na vrhu, tudi na začetku. Zato je ves čas je potreben dialog, ki z ovirami ne prikriva cilja, ampak ga osmišlja, mu daje polnost, tako da je vsaka ovira vir središča in povezovanje z njim.

Podobno je s samopodobo omenjenih mladostnic, ki so jih zmanipulirali mediji. Izgubile so stik s središčem in torej z resničnostjo samih sebe in zgrešile svojo vpetost v kroglo, v celotno resničnost, stik z ogledali, stik s sočlovekom, se pravi: pristni ponotranjeni odnos, v katerem je pristni dialog z drugim, s sočlovekom in z Bogom. Pota do drugega so pristni odnosi, katerih del so pogovori in molitev, ki krepijo vero. Če pa se ukvarjamo z zunanostmi, iščemo nekaj, kar ni, je obrobno oziroma navidezno, neresnično v odnosu osebne pristnosti.

Ljudje pogosto raziskujemo le površino krogle, ki nas neposredno priklepa na svoj zunanji videz, vendar je pomembno, da odkrivamo prek soljudi in drugih opornih točk, kakor sta Sveto pismo in verna skupnost (Cerkev), prave globine življenja, saj je v sredini nekaj več.

Reference

- Cooper, Al, Coralie Scherer in Robin M. Mathy.** 2001. Overcoming Methodological Concerns in the Investigation of Online Sexual Activities, št. 4. [Http://collections.lib.uwm.edu/cipr/image/205.pdf](http://collections.lib.uwm.edu/cipr/image/205.pdf) (pridobljeno 3. 4. 2012).
- Fromm, Erich.** 2006. *Umetnost ljubezni in življenja*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Galimberti, Umberto.** 2009. *Grozljivi gost: nihilizem in mladi*. Ljubljana: Založba Modrijan.
- Giddens, Anthony.** 1991. *Modernity and Self-Identity*. Oxford, UK: Blackwell Publishers Ltd.
- Gostečnik, Christian.** 2006. *Neustavljivo hrepenenje*. Ljubljana: Založba Brat Frančišek in Frančiškanski družinski inštitut.
- Juhant, Janez.** 2006. *Človek v iskanju svoje podobe: Filozofska antropologija*. Ljubljana: Študentska založba.
- . 2011. *Za človeka gre*. Ljubljana: Teološka fakulteta Univerze v Ljubljani.
- . 2012. *Človek in religija*. Ljubljana: Teološka fakulteta.
- Kobal, Darja.** 2000. *Temeljni vidiki samopodobe*. Ljubljana: Pedagoški inštitut.
- Kobal Grum, Darja.** 2003. Neodvisna in soodvisna samopodoba. V: Darja Kobal Grum, ur. *Bivanja samopodobe*. Ljubljana: 12.
- Korošec, Marjana.** 2010. Kdo so mladi danes? *Vzgoja*, št. 48:6–8.
- Kremžar, Marko.** 1992. *Prevrat in spreobrnjenje*. Celje: Mohorjeva družba.
- Luthar, Breda.** 1998. *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Marshall, Gordon.** 1998. *A Dictionary of Sociology*. Oxford-New York: Oxford University Press.
- Mraz, Nina.** 2011. Ideal lepote in motnje hranjenja. Diplomsko delo. Teološka fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Papeški svet za družino.** 1994. *Človeška spolnost, resnica in pomen*. Cerkevni dokument 66. Ljubljana: Družina.
- Pavel VI.** 1994. Apostolsko pismo *Octogesima Adveniens*. V: Janez Juhant in Rafko Valenčič, ur. *Družbeni nauk Cerkve*, 425–450. Zbirka Teološki priločniki 13. Celje: Mohorjeva družba.
- Papeški svet za družbeno obveščanje.** 2000. *Etika v družbenem obveščanju*. Ljubljana: Družina.
- Pirc Oreškovič.** 2008. Kaj delajo naše hčere? *Viva* (Ljubljana), april 2008, 16–19.
- Rozman, Sanja.** 1998. *Peklenska gugalnica: Kako lahko postanete odvisni od hrane, seksualnosti, dela, iger na srečo, nakupovanja ter zadolževanja, sanjarjenja in televizije, duhovnosti, odnosov ... in kako se tega rešite*. Ljubljana: Vale-Novak.
- Sklepni dokument Plenarnega zbora Cerkve na Slovenskem.** 2002. Ljubljana: Družina.
- Valič, Ana.** 2010. Povezanost telesne samopodobe s samospoštovanjem in pogojenostjo samospoštovanja. Diplomsko delo. Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.